

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Příprava a organizace dětského příměstského tábora
Preparation and Organization of Children Suburban Camp

Student: Zuzana Slončíková
Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Lenka Malantová

Ostrava 2019

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Zuzana Slončíková**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R037 Management
Specializace: 03 Sportovní management
Téma: **Příprava a organizace dětského příměstského tábora**
Preparation and Organization of Children Suburban Camp
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Vymezení základních pojmů
 3. Příprava a organizace tábora
 4. Vlastní realizace akce
 5. Shrnutí, doporučení a náměty
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
HOBZA, Vladimír. *Ekonomie sportu: vybrané kapitoly*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4381-2.
HORVÁTHOVÁ, Petra et al. *Základy managementu*. 2. vyd., SOET, vol. 5. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. ISBN 978-80-248-4102-1.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Lenka Malantová**

Datum zadání: 23.11.2018

Datum odevzdání: 10.05.2019



doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry

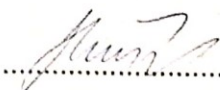


prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 10.5.2019


.....
Zuzana Slončíková

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí práce Mgr. Lence Malantové za poskytování informací, konzultace i cenné rady, které mi předávala během vypracování bakalářské práce a pomohla mi tak k jejímu dokončení. Také děkuji Mgr. Lence Nemcové za poskytnutí obecných informací, ohledně organizování příměstských táborů.

Obsah

1	Úvod	5
2	Vymezení základních pojmů	7
2.1	Management.....	7
2.2	Sportovní management	8
2.3	Manažer.....	9
2.3.1	Funkce manažera	10
2.3.2	Role manažera	10
2.3.3	4E manažera	10
2.4	Sportovní manažer	11
2.5	Sport.....	11
2.6	Volný čas	12
2.7	Marketing.....	13
2.7.1	Marketingový mix.....	14
2.7.2	Sponzoring a reklama.....	14
2.8	Sportovní marketing.....	15
2.8.1	Marketingový sportovní mix	16
2.8.2	Sponzoring a reklama ve sportu	17
2.9	Financování ve sportu	18
2.10	Příměstský tábor	19
2.11	Výchova.....	21
2.12	Metody a techniky výzkumu	22
2.12.1	Dotazování	22
2.12.2	SWOT analýza.....	23
3	Příprava a organizace tábora.....	25
3.1	Základní informace	25
3.2	Kontakty a důležité informace.....	25

3.3	Místo a čas tábora	26
3.4	Harmonogram dne.....	28
3.5	Vedení tábora	32
3.6	Materiální vybavení.....	34
3.7	Dokumentace tábora	35
3.8	Propagace	36
3.8.1	Plakát.....	37
3.8.2	Internetová reklama	37
3.9	Finance.....	37
3.9.1	Cena tábora	40
3.9.2	Odměny	43
3.9.3	Stravování	44
3.9.4	Výlet.....	45
4	Vlastní realizace akce	46
4.1	Týdenní turnus.....	46
4.2	SWOT analýza.....	52
5	Shrnutí, doporučení, náměty.....	54
6	Závěr.....	56
	Seznam použité literatury.....	57
	Internetové zdroje	59
	Seznam zkratk	60
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam grafů	
	Seznam tabulek	
	Seznam obázků	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Cílem bakalářské práce je připravit a zorganizovat dětský příměstský tábor včetně všech náležitostí. V dnešní moderní době plné nejnovějších technologií jsou děti stále více u počítačů a mobilů a netráví tak tolik času s kamarády venku, jak tomu bylo před několika lety. Možnosti, jak změnit tuto situaci je několik a jedním z nich je například posílat děti na tábory všeho druhu. Ne všichni rodiče mají příležitost s dětmi trávit o prázdninách každý den, a tak je tedy varianta poslat je na soustředění, příměstské nebo klasické tábory. Podle finanční situace rodiny se rodiče rozhodují, kam dítě přihlásí. Příměstské tábory se řadí zpravidla k těm levnějším.

Příměstský tábor není jen o prožití zábavy, ale také o výchově. V jeho průběhu se děti naučí samostatnosti, chování k ostatním, komunikaci mezi sebou i vzájemné pomoci. Tematické příměstské tábory pomáhají naučit děti něčemu novému, k čemu nejsou vedeni od svých rodičů, nebo k aktivitám, které si rodiče nemohou, například kvůli finanční situaci dovolit. Ale ani to nejsou jediné výhody, příměstských táborů. Pro děti, které mají problém spávat v jiném prostředí je možnost trávit den odděleně od rodičů, ale po ukončení programu se opět vrací domů.

Jedním z hlavních důvodů pro výběr tohoto tématu je má radost z práce s dětmi, které se samy chtějí zlepšovat v komunikaci, sportovních dovednostech, chtějí najít nové kamarády a zažít nové aktivity. Možnosti, jak děti motivovat k určité aktivitě je právě práce v kolektivu. V týmu každý dokáže víc ať už v pracovním nebo osobním životě a příměstský tábor mi dává šanci vyzkoušet si práci s dětmi na vlastní kůži.

Sama jsem již párkrát pomáhala organizovat sportovní akci, ale většinou jako dobrovolník nebo vedoucí týmu. Nikdy jsem si však nevyzkoušela roli hlavního organizátora nebo kohokoliv ze strany vedení. Zajímalo mě, co vše je potřeba udělat pro správně fungující tábor a jaká je to dřina akci velkého formátu, jako je příměstský tábor zorganizovat. **Cílem mé práce je vytvoření návrhu příměstského tábora, který je zaměřen na všechny druhy sportů. Určit termín a místo konání, sepsat dokumentaci, která je potřebná před zahájením, určit formy propagace a podívat se konkrétněji na náklady a výnosy spojené s organizací, zařadit do práce výsledky z dotazníkového šetření a v poslední části se zaměřit na samotný denní program, který bude probíhat převážně v areálu Skalka family park.**

Samotná práce je rozdělena na několik částí. Začíná úvodem, na který navazuje druhá, teoretická část, ve které se vymezují základní pojmy. Po této části následuje praktická část, ve které se nachází analýza trhu s dalšími tábory, základní informace, jako jsou například místo a čas tábora, vedení, propagace a stravování. Další kapitola se věnuje námětům a doporučením pro organizátory. V poslední části – závěru, je shrnutí a zhodnocení celé práce.

2 Vymezení základních pojmů

2.1 Management

Management můžeme nejobecněji chápat jako souhrn veškerých činností, které jsou potřeba udělat, pro zabezpečení plynulého fungování organizace. Vychází z anglického slova „to manage“ – řídit, vést (Veber, 2009).

Drucker, který ve své knize uvádí, že slovo management vychází z francouzského slova, „manus“, což znamená ruka, pomocí které je ovládána společnost (P. F. Drucker, 1999).

Mládková (2009, s.13) doplňuje: *„Management je hledání nástrojů, jak určit správný cíl, získat pro něj lidi a pomocí nich jej dosáhnout.“*

Blažek (2014, s.12) také uvádí, že: *„Management je procesem, který probíhá mezi jednotlivcem, resp. skupinou, který řídí, tj. řídicím subjektem, a jednotlivcem či skupinou, který je řízen, tj. řízeným objektem.“*

Pro lepší chápání pojmu management jej můžeme rozdělit do tří skupin, a to na definice zdůrazňující vedení lidí, specifické funkce vykonávané vedoucími pracovníky a také předmět studia a jeho účel (Čáslavová, 2009).

První skupinou preferující úlohu vedení lidí vyznačuje H. Koontz a H. Weihrich v knize od Čáslavová (2009, s.11) slovy: *„Management je proces vytváření a udržování určitého prostředí, ve kterém jednotlivci, pracující společně ve skupinách, efektivně uskutečňují zvolené cíle.“*

Druhou skupinou zabývající se specifickými funkcemi vykonávané vedoucími pracovníky se v Čáslavová (2009, s.11) zabývá K. H. Chung, který tvrdí: *„Management je proces plánování, organizování, vedení a kontroly organizačních činností, zaměřených na dosažení organizačních cílů.“*

Třetí skupina klade důraz na předmět studia a jeho účel. Jedním z autorů je S. P. Robins, který charakterizuje v knize Čáslavová (2009, s.11) management jako: *„Management je oblast studia, která se věnuje stanovení postupů, jak co nejlépe dosáhnout cílů organizace“*.

2.2 Sportovní management

V cizích literaturách se používá několik pojmů. Jedním z nich jsou „sportmanagement“, „sportadministration“ popřípadě „athleticadministration“. U nás jsou nejčastěji tyto termíny překládány jako „sportovní management“. Pokud ale chceme zanechat celou myšlenku tohoto termínu, použijeme „management tělesné výchovy a sportu“ (Durdová, 2002).

Sportovní management lze chápat jako ucelený celek řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, tělovýchovných jednot, družstev a klubů, které alespoň zčásti akcentují podnikatelské chování (Čáslavová, 2009).

Pro sportovní management jsou typické tři aspekty, díky kterým se odlišují od jiných řízení v podnikání:

- sportovní marketing,
- podnikání ve sportu,
- zaměstnání v průmyslu, který vyrábí sportovní zboží (Durdová, 2002).

Sportovní management je důležité chápat také jako:

- vedení lidí – znamená vykonávání úkolů prostřednictvím jiných lidí, kteří pracují společně a uskutečňují stanovené cíle,
- výkon specifických funkcí – manažer vykonává činnosti jako plánování, organizování, kontrolování, komunikace, koordinace, motivování, a jiné,
- předmět studia – manažeři používají soubor přístupů, zkušeností a doporučení ke zvládnutí činností vedoucích k dosažení cílů (Horváthová, 2017).

Nová (2016, s.58) uvádí definici managementu sportu jako: „*Jde o aplikaci manažerských principů, metod, technik a postupů ve sportovním prostředí. Zdůrazňujeme tím fakt, že sportovní manažeři potřebují nejen manažerské dovednosti, ale i zkušenosti a pochopení sportu a jeho specifik.*“

2.3 Manažer

Manažer je pracovník, který na základě jmenování, pověření, zvolení, nebo zmocnění, aktivně provádí řídicí činnosti, na které má odpovídající kompetence. Manažer je tedy člověk pracující s lidmi, který koordinuje jejich aktivity a zabezpečil tak celkový chod organizace (Horváthová, 2017).

K hlavním úkolům manažerů patří:

- definování cílů organizace i jejich částí,
- řídí činnosti nutné k dosažení cílů organizace,
- pracují s rizikem,
- odpovídá za výsledky té části organizace, kterou řídí,
- vytváří strukturu organizace,
- pracuje s lidmi a prostřednictvím nich (Mládková, 2009).

Manažeři netvoří v organizaci jednotnou skupinu, ale jsou rozděleni do tří základních úrovní, podle pravomocí a úkolů (Mládková, 2009). Rozdělení lze vidět graficky v obrázku 2.1 v přílohách.

Jednotlivé úrovně manažerů se zabývají managementem. Dělí se na:

- vrcholoví manažeři – nejvyšší stupeň řízení, mají za úkol strategické koncepce, vývoj organizace, jsou odpovědní vlastníkům a jiné,
- střední manažeři – jejich hlavní úkolem je práce s lidmi, přetvářet strategické úkoly od vrcholových manažerů a dále předávat liniovým manažerům a dohlížet na jejich plnění,
- liniovní manažeři – nejnižší manažeři, experti v tom, co dělají jejich podřízení (Mládková, 2009).

2.3.1 Funkce manažera

Manažerské funkce jsou typické činnosti, kterou manažer vykonává ve své práci. Jedním ze zakladatelů teorie managementu byl H. Fayol, který rozdělil funkce na plánování, organizování, personalistiku, vedení a kontrolování (Blažek, 2014).

Jedna z nejužívanějších klasifikací manažerských funkcí je od Koontze a Weihricha. Funkce se podle nich dělí na 5 základních úloh:

- plánování – zahrnuje výběr úkolů, postupů a činností nutných k dosažení stanovených cílů,
- organizování – znamená tu část řízení, která sestavuje účelnou strukturu v dané organizaci,
- výběr a rozmístění spolupracovníků – výběr a následné rozdělení pracovníků, vytvoření požadavků na pracovní síly, nábor, umístění,
- vedení lidí – ovlivňování lidí, aby přinášeli prospěch organizaci a dosahovali stanovených cílů,
- kontrolování – měření, korekce individuálních i celkových aktivit, zda korespondují se stanoveným plánem, měření a hodnocení výsledků (Durdová, 2002).

2.3.2 Role manažera

Mintzberg dělí manažerské role na **interpersonální** (představitel, vedoucí, zprostředkovatel), **informační** (monitor, distributor, mluvčí), **rozhodovací** (podnikatel, řešitel konfliktů, poskytovatel zdrojů, vyjednaváč) (Durdová, 2002). Grafické zpracování manažerských rolí je v obrázku 2.2 v příloze.

2.3.3 4E manažera

Manažeři by při své práci měli používat aspekty pro manažerskou práci tzv. 4E:

- účelnost – (effectiveness), znamená dělat správné věci, umět se správně rozhodnout,
- účinnost – (efficiency), znamená dělat věci správně, řešit úkoly,
- hospodárnost – (economy), dělat věci s co nejmenšími náklady,

- odpovědnost – (eqity), dělat věci v souladu s právem (Mládková, 2009).

2.4 Sportovní manažer

Činnosti sportovního manažera zahrnují funkce manažera, které jsou aplikované na činnosti ve sportovním odvětví. Jejich zaměření určují tři základní faktory. Prostředí, specializace a kvalifikace.

Definice sportovního manažera:

- manažer na úrovni sportovní činnosti – specialisté vyškoleni na sportovní akce jako jsou Mistrovství světa, Evropy, příprava OH, vedoucí sportovních družstev,
- manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku – členové svazů, sekretáři svazů, vedoucí sportovních středisek,
- manažeri v podnikatelském sektoru – výrobci sportovních zboží a doplňků, provozovatelé služeb, vedoucí fitness, pracovníci pro reklamní a marketingové agentury (Čáslavová, 2009).

Na manažera v profesní oblasti jsou kladeny požadavky a nároky ovlivněné jeho schopnostmi a dovednostmi. Mezi vrozené vlastnosti se řadí schopnost vcítit se, potřeba řídit, potřeba moci, ale také znalosti sociální, odborné, ekonomické či řídicí. V dnešním sportovním managementu je kladen důraz na odborné znalosti. Manažerské dovednosti lze rozdělit na lidské (umění pracovat s lidmi, vést je a vytvářet jim příjemné pracovní prostředí), koncepční (umění řídit organizaci a kontrolovat dosažení stanovených cílů) a technické (zběhlost v používání metod sloužící k realizaci výkonných činností) (Horváthová, 2017).

2.5 Sport

Kunz (2018, s.18) charakterizuje sport jako: „*Všechny formy tělesné aktivity, které se prostřednictvím příležitostné nebo organizované účasti zaměřují na zlepšení fyzické kondice a duševní pohody, utváření společenských vztahů nebo získávání výsledků v soutěžích na všech úrovních.*“

Slovo „sport“ vzniklo z latinského slova „disportare“ – bavit se. Výraz sport je považován za součást tělesné kultury. Obecně se dá sport definovat jako výsledek tělocvičných aktivit nebo jako společenský faktor (Durdová, 2011).

Definice sportu je velké množství, dají se rozdělit dle následujících hledisek:

- podle úrovně sportovních soutěží – sport vrcholový, výkonnostní a rekreační,
- definice dělící sporty na kolektivní a individuální,
- definice dělící sporty na kontaktní a bezkontaktní,
- definice dělící sport na amatérský a profesionální,
- definice kladoucí důraz na vymezení tělocvičných aktivit,
- definice vycházející z prvku rizika ve sportu,
- definice založené na zdravotním aspektu sportu – sport součást zdravého životního stylu,
- definice vycházející z funkcí sportu – rozvoj jedince, uspokojování potřeb (Durdová, 2015).

2.6 Volný čas

Volný čas se dá obecně nazvat jako čas, který člověk tráví u činností, u kterých není pod tlakem, které vyplývají z jeho pracovních a životních povinností. Případně je možné jej charakterizovat pomocí činností, do které člověk vstupuje s určitými očekáváními, účastní se jí dobrovolně, a která mu přináší pocit uspokojení.

Za hlavní funkce volného času jsou považovány: odpočinek (regenerace pracovních sil), zábava (regenerace duševních sil), rozvoj osobnosti (podílení se na vytváření kultury) (Hofbauer, 2004).

O tom, jak trávit svůj vlastní volný čas rozhoduje mnoho skutečností. Vliv na to má především:

- rodina, výchova,
- charakter práce,
- vzdělávání,
- roční období,

- věk, pohlaví, rodinný stav,
- finanční možnosti apod. (Durdová, 2015).

Pávková (1999, s.15) popisuje termín jako: *„Volný čas je možno chápat jako opak nutné práce a povinností, dobu, kdy si své činnosti můžeme svobodně vybrat, děláme je dobrovolně a rádi, přinášejí nám pocit uspokojení a uvolnění.“*

Durdová (2015, s.27) doplňuje: *„Je vědecky dokázáno, že vhodně zvolené pohybové aktivity, vykonávané ve vhodném prostředí a ve vhodné době a rozsahu odpovídajícímu věku jedince, přispívají k celkovému zdraví člověka, k udržení jeho tělesné i duševní kondice.“*

Volný čas je doba, která lidem zůstane po splnění všech povinností. Volný čas obsahuje činnosti, které rádi vykonáváme a přinášejí nám uspokojení a radost. U dětí je tento čas potřeba pedagogicky ovlivňovat. Volný čas se dá posuzovat z několika pohledů jako je pohled ekonomický, sociálně psychologický a sociologický, politický, historický, zdravotně-hygienický a pedagogicko-psychologický (Pávková, 2002).

2.7 Marketing

Marketing znamená mnoho činností od výzkumu trhu, průzkumu potřeb zákazníků, zajištění výroby přes analýzu tržního prostředí po stanovení ceny produktu nebo služby a propagaci.

Ve volném překladu se označuje marketing jako práce na trhu, ale skutečný význam je širší. K úspěšnému marketingu je důležité zajistit potřeby a požadavky zákazníků a poté navržení produktu, které by jejich potřeby uspokojily. Výsledkem je dobře fungující trh, na kterém byl uspokojen zákazník a firma dosahuje vyšších zisků.

Cíle marketingu:

- maximalizace spotřeby – marketingový systém by měl maximalizovat spotřebu, která bude vycházet z maximalizace produkce,

- maximalizace výběru – maximalizace produkce by měla vést k maximální možnosti spotřebitelského výběru (nalezení toho produktu, který uspokojí potřeby spotřebitele),
- maximalizace spotřebitelského uspokojení – důležitější než samotná spotřeba,
- maximalizace kvality života – obsahuje kvalitu a kvantitu produkce, dosažitelných produktů, jejich přijatelnou cenu a dostupnost na trhu (Durdová, 2015).

Marketing jako nástroj pro získání konkurenční výhody má 3 úkoly:

- identifikace potřeb zákazníka,
- definování cílového trhu,
- vytvoření a zachování zájmu zákazníků o produkty firmy (Novotný, 2010).

2.7.1 Marketingový mix

Čáslavová (2009, s.108) tvrdí: *„Marketingový mix je základní strategií marketingu, která kombinuje nástroje marketingu – produkt (product), cenu (price), místo (place) a propagaci (promotion). V odborné literatuře se mluví o 4P.“*

Marketingový mix je systém navzájem provázaných nástrojů vycházející z prodejní politiky, které se mohou doplňovat a ovlivňovat. Existuje několik definic, které nejsou na první pohled stejné, ale vyjadřují totéž. Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma používá k dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu (Durdová, 2015).

2.7.2 Sponzoring a reklama

Sponzoring lze chápat jako podporu, která vychází ze společenské odpovědnosti velkých kooperací. Rozdíl mezi darem a sponzoringem je ten, že za dar dárce nechce žádnou protislužbu od obdarovávaného. Na rozdíl od daru dochází při sponzoringu ke spolupráci (Novotný, 2010).

Reklama je pomocí médií placená neosobní forma prezentace zboží, myšlenky nebo služeb. Mezi obecná média, která reklama využívá, patří především televize, internet, rozhlas a denní tisk, časopisy a film. Chápeme ji tedy jako jakousi formu komunikace s komerčním záměrem.

Základní funkce reklamy:

- informativní – první chvíle, kdy se potenciální zákazník dozvídá o určitém produktu nebo službě,
- ovlivňovací – reklama má získat přízeň zákazníka, je působeno na emoce zákazníka (slevy, výhody, dárky, apod.),
- upomínací – reklama upozorňuje zákazníka, že je výrobek stále na trhu, působí na podvědomí (Durdová, 2015).

2.8 Sportovní marketing

Autor W. Freyer v knize od Čáslavová (2009, s.99) uvádí definici sportovního marketingu jako: *„Sportovní marketing je řídicí koncepce, která u sportovních organizací vychází z trhu nebo se chce řídit trhem. Tato koncepce požaduje dlouhodobé a koncepční jednání. Úspěch sportovního marketingu závisí na schopnosti obsáhnout adekvátně dané skutečnosti ze sportu a zpracovat problémově specifické otázky.“*

Mnoho odborníků si myslí, že se sportovní marketing rozvíjí ve dvou směrech:

- marketing ve sportu – v užším pojetí se především zabývá propagací sportovních subjektů, akcí nebo soutěží, v širším chápání jsou zde zahrnuty také marketingové aktivity podniků, které vyrábějí nebo prodávají zboží,
- sport marketingu – podniky, které nesouvisí přímo se sportovním prostředím, ale využívá sport pro svou reklamu či posílení image značky (Kunz, 2018).

2.8.1 Marketingový sportovní mix

Sportovní marketingový mix využívá základy marketingového mixu, které jsou převedeny na sportovní prostředí.

Sportovním produktem rozumíme ty produkty, které na trh dostává tělesná výchova a sport. Dělí se na hmotné a nehmotné produkty. Sportovní materiální produkty jsou:

- sportovní nářadí,
- sportovní náčiní,
- sportovní oděvy a výstroj,
- další produkty, které se sportem souvisí sekundárně (sportovní kosmetika, doplňky energie).

Sportovní nemateriální produkty jsou:

- základní produkty – nabídka sportovních cvičení, nabídka sportovních akcí,
- produkty vázané na osobnost – výkony sportovců, trenérů,
- myšlenkové produkty – výzkum v tělovýchovné a sportovní oblasti, sportovní informace šířené médii,
- vedlejší produkty sportovních zařízení – společenské akce.

Cenou sportovního produktu rozumíme nejen cenu materiálního, ale také nemateriálního produktu, u kterého se cena stanoví mnohem obtížněji, protože se v ní odráží cena prožitku. Cena musí být stanovena tak, aby podnik vykazoval nutný zisk, ale přitom byla co nejpřijatelnější pro zákazníka. Rozdílnost v cenách závisí na čase, místě, četnosti nákupů, loajality zákazníků apod.

Místo umístění produktu na trhu rozhoduje o dostupnosti produktu zákazníkům. Udává, zda bude k dostání pouze ve velkoobchodech, maloobchodech, jen na specializovaných prodejnách nebo internetu (koupě vstupenek na sportovní akci). Často je sportovní produkt šířen pomocí médií (tisk, televize, rádio).

Posledním bodem v marketingovém mixu je propagace neboli nástroj marketingové komunikace ve sportu. Komunikace znamená veškeré aktivity spojené s budováním dobrých vztahů a důvěry, informováním. Je nejvíce viditelnou částí

marketingového mixu. Propagací tedy rozumíme veškeré aktivity a činnosti za účelem prodeje produktů zákazníkům. Metody zahrnují reklamu a sponzoring, přímý marketing, předprodej, média, autogramiády, sportovní plesy tiskové konference, soutěže, sportovní akce pro děti a mládež atd. (Durdová, 2015).

2.8.2 Sponzoring a reklama ve sportu

Durdová (2015, s. 127) vysvětluje sponzoring ve sportu jako: „*Sponzoring ve sportu znamená obvykle právně podložený vztah mezi sponzorem (firmou, podnikem) a sponzorovaným (sportovní organizace, klub, sportovec), ve kterém dochází k vzájemnému uspokojování zájmů obou partnerů.*“

Hlavní podstatou sponzoringu je vztah služba x protislužba. Sponzor, který vynaloží prostředky (ne vždy jsou peněžní) očekává od sponzorovaného subjektu určitou protislužbu ve formě reklamy, zviditelnění své firmy a vytváření image pro svou firmu (Nová, 2016).

Podle typu sponzora se dá rozdělit sponzorování do 2 skupin. První skupina jsou sponzoři, kteří nabízejí produkty a služby spojené s určitým sportem, druhou skupinou jsou sponzoři, kteří berou sponzoring pouze jako komunikační nástroj. Sponzorství podle objektu se dá rozdělit:

- sponzorství jednotlivců,
- sponzorství sportovních kolektivů,
- sponzorství sportovních akcí,
- sponzorství sportovních institucí (Nová, 2016).

Sportovní akce či kluby nemají většinou pouze jednoho sponzora, ale mají jich celou řadu. Členění do tří základních skupin se používá k rozlišení sponzorů a jejich postavení. Jedním z dělení je:

- exkluzivní sponzorování – často označováno jako generální partner, za vysokou cenu očekává sponzor velké protislužby,

- hlavní sponzorování – nejdražší a nejatraktivnější protivýkony, po generálním partnerovi,
- kooperační sponzorování – protivýkony jsou rozděleny mezi velký počet sponzorů (Čáslavová, 2009).

Durdová (2015, s.125) tvrdí: *„Reklama je placená neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek subjektu, instituce nebo organizace prostřednictvím komunikačních médií. Pojem sportovní reklama je vtahován jednak k reklamě se sportovními motivy, jednak jde o reklamu, která využívá specifických médií komunikace v oblasti sportu.“*

Druhy sportovní reklamy:

- reklama na sportovních dresech a oděvech,
- reklama na startovních číslech,
- reklama na zábradlí či mantinelu,
- reklama na sportovním nářadí a náčiní,
- reklama na výsledkových tabulích,
- reklama na sportovištích (Čáslavová, 2009).

Cílem reklamy je přivést sportovní produkt nebo službu do povědomí zákazníka a odlišit od jiných nabídek, rozšířit znalost zákazníka a přimět ho ke koupi. Díky médiím šířící sportovní reklamy lze s využitím prvků zapůsobit na všechny smysly člověka (Durdová, 2012).

2.9 Financování ve sportu

Sportovní činnost nelze vykonávat bez peněz. Proto se sportovní organizace snaží získávat peníze z různých zdrojů. Disponibilní fond sportu a tělovýchovy je uplatňován především v neziskových organizacích (Nová, 2016).

Hlavním hlediskem je získávání finančních prostředků do českého sportu ze státních a veřejných rozpočtů. Jelikož nefunguje vzájemný vztah mezi státem a českým sportem, dochází ke špatnému financování obecných potřeb sportu.

Dělení veřejných rozpočtů:

- státní rozpočet,
 - nejvyšším typem veřejného rozpočtu, schvalován parlamentem,
 - příjmy do rozpočtu – daňové povinnosti sportovních organizací, platby za používání státního majetku a jiné,
 - výdaje do rozpočtu – dotace (peněžní prostředky poskytované na stanovený účel) sportovním klubům a organizacím,
- rozpočty krajů a obcí,
 - zabezpečení sportovní reprezentace,
 - zabezpečení sportovních center mládeže,
 - zabezpečení veřejně prospěšných programů v oblasti sportu,
 - investice do sportovních zařízení,
 - podpora tělovýchovných a sportovních akcí různého druhu,
- působnost krajů a obcí v oblasti tělesné výchovy a sportu
 - kraj i obce pečují o všestranný rozvoj a potřeby občanů na svém území,
 - kraje má na starost zabezpečení rozvoje pro všechny na jakékoliv úrovni, zajištění údržby, výstavby a rekonstrukce, zabezpečení finanční podpory sportu z rozpočtu kraje,
 - obce zajišťují rozvoj sportu pro všechny, zajišťují údržbu, výstavbu a rekonstrukci a kontrolují účelné využívání sportovních zařízení.
- některé další možnosti financování,
 - příjmy z vybraných členských příspěvků,
 - příjmy z prodeje vstupného,
 - příjmy z výchovného, odstupného a hostování,
 - zdroje z fondů EU,
 - zdroje plynoucí z vlastní podnikatelské činnosti (Durdová, 2015).

2.10 Příměstský tábor

Příměstský tábor je určitou nabídkou pro rodiče, kteří chtějí vyplnit dětem jejich volný čas o prázdninách, v době, kdy oni sami s nimi nemohou být z důvodu pracovních povinností. Jde také o určitou formu reklamy, propagace klubů nebo spolků

pro širokou veřejnost. Jedním z důvodů pořádání táborů sportovními kluby, oddíly či středisky volného času je doplnění dětí do kroužků po prázdninách. Studenti si mají naopak možnost přivydělat, nabrat praxi i zkušenosti do života.

Délka tábora není jednotná. Nejčastěji se jedná o týdenní turnusy trvající od pondělí do pátku. Schéma vyzvedávání a dovážení dětí je jednoduché. Rodiče dovezou své dítě na předem domluvené místo, kde na ně čekají vedoucí a animátoři, kteří děti baví do příjezdu posledního z nich. Když přijede poslední dítě, začíná denní program. Po celém dni si pak rodiče vyzvednou své dítě a tím program dne končí.

Příměstský tábor není celodenní, probíhá nejčastěji od rána do odpoledních hodin přes pracovní dny, častokrát na místech, které děti znají, jsou poblíž místa bydliště a hlavním rozdílem oproti klasickému táboru je, že se na příměstských táborech nepřespává. S tím souvisí častokrát i nižší cena, tudíž oslovuje větší množství rodičů.

Příměstské tábory se dělí podle zaměření a programu na:

- univerzální,
 - nejčastější typ táborů,
 - pojem univerzální z důvodu střídání všech činností, od malování, přes sportovní aktivity, hry až po výlety do hor,
- specializované,
 - častokrát veden odborníkem v oboru, jimiž jsou například sportovci, počítačové experti, výtvarníci apod.,
 - jde o tematické tábory, kde si děti vyzkoušejí činnosti jako různé sporty, práci s počítačem, starost o zvířata nebo třeba poznávat přírodu,
 - i přes specializaci je důležité dbát na rozmanitý a originální program, aby děti neomrzely,
- poznávací,
 - děti se sejdou se svými vedoucími na daném místě, ze kterého každý den vyrážejí do okolí poznávat přírodu a objevovat co nabízí,
 - každý výlet má jasný cíl – návštěva zoo, zámku, aquaparku,

- co se týče stravy, mají děti svačinu s sebou, popřípadě je domluvené jídlo v bufetu nebo restauraci cestou (Špiříková, 2007).

2.11 Výchova

Hájek (2008, s.65) definuje výchovu jako: „*Termín výchova bývá nejčastěji chápán jako záměrné, cílevědomé, dlouhodobé působení vychovávajícího na vychovávaného v pozitivním slova smyslu.*“

Důležitou roli při výchově dětí hraje rodina jako primární sociální skupina se svými bohatými a intimními citovými vztahy. Na výchovné působení rodiny navazuje předškolní a později i školní zařízení, které je jedním z hlavních výchovných činitelů.

Výchova mimo vyučování je určitá oblast výchovného působení, která plní funkce výchovně-vzdělávací, zdravotní a sociální. **Funkce výchovně-vzdělávací** rozvíjí schopnosti dětí a pomáhá uspokojovat jejich potřeby a zájmy. Pomocí úkolů se děti motivují k získání nových dovedností, vědomostí a utváří si celoživotní postoj ke vzdělávání. **Funkce zdravotní** mají na starost instituce, které pomáhají usměrnit režim dne tak, aby se střídaly duševní a tělesné aktivity a tím se vytvořil zdravý životní styl. U **sociální funkce** se výchovně-vzdělávací zařízení snaží v době mimo vyučování srovnávat rozdíly mezi různými psychologickými a materiálními podmínkami v rodinách, obzvláště dětem z méně podnětného nebo konfliktního rodinného prostředí. Pomáhají tím zejména dětem z problémového rodinného prostředí. Významným úkolem výchovy je rozvíjení potřeby celoživotního vzdělávání. Mimo vyučování se na výchově dětí podílí škola, rodina, zařízení pro výchovu mimo vyučování a jiné subjekty. Výchova mimo vyučování se dá definovat takto:

- probíhá z větší míry ve volném čase,
- probíhá mimo vliv rodiny,
- probíhá mimo povinnou školní docházku,
- je institucionálně zajištěná (Pávková, 2002).

2.12 Metody a techniky výzkumu

Výzkum má celou řadu metod, kterými se získávají primární data. Metody sběru dat mohou být zaznamenávány pomocí dotazníků, experimentů nebo například pomocí pozorování. Jedním z nejčastějších nástrojů je dotazování. V dnešní elektronické době se častokrát používá online nebo telefonický způsob (Kozel, 2011).

2.12.1 Dotazování

Jak uvádí Kozel (2011, s.175): *„Dotazování představuje metodu sběru primárních dat založenou na přímém (rozhovor) nebo zprostředkovaném (dotazník) kontaktu mezi výzkumníkem a respondentem podle předem předepsané formy otázek, jež slouží ke sjednocování podmínek a usnadnění zpracování výsledku.“*

Nejtradičnějším způsobem dotazování je osobní dotazování. Osobní styk je založen na přímém kontaktu respondenta s výzkumníkem. Klasické vyplňování dotazníků je mnohem častěji nahrazováno vyplňováním přes počítač neboli CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing). Jde o dotazování pomocí přenosných počítačů, u kterého dochází také k osobnímu kontaktu a odpovědi respondentů se zadávají přímo do PC.

Další metodou je online dotazování, CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Pomocí e-mailů nebo častěji webových stránek se zjišťují informace zprostředkována respondentem. Výhodou oproti metodě CAPI je nižší finanční a časová náročnost, zpracování dat i výběr cílové skupiny. Rozeslat odkaz na dotazník pomocí e-mailu nebo jiných sítí je několikanásobně jednodušší než zasílání dopisů (Kozel, 2011).

Mezi výhody dotazníků patří malá nákladovost, postihnutí velkého počtu dotazujících, malá časová a finanční náročnost, možnost rozmyslet respondentům odpověď. Nevýhody dotazníků jsou, že jde o neosobní formu, může dojít k nepochopení otázky, neúmyslnému vynechání odpovědí, úmyslné zkreslení odpovědi, u uzavřených otázek může dojít k omezenosti možnosti odpovědí.

Typy otázek:

- otevřené neboli volné – respondent odpovídá svými slovy s možností vyjádřit se k tématu, nevýhodou je náročné zpracování,
- uzavřené – otázky s určitým množstvím odpovědí, ze kterých je nucen dotazovaný vybrat,
- polootevřené – jde o otázky s výběrem z daných alternativ s možností odpovědět „jiná odpověď“, pokud respondentovi nevyhovuje žádná z možností.

Uzavřené otázky se mohou dále dělit na další typy:

- dichotomické – odpovědi, se navzájem vylučují, například ANO x NE,
- polytomické – možnost výběru jedné z možností,
- polytomické, výčtové – výběr více než jedné odpovědi,
- polytomické, stupnicové – výběr několika odpovědí seřazených podle pořadí,
- filtrační – otázky na způsob „pokud jste odpověděli na předcházející otázku, pak...“,
- kontrolní – ověřuje se věrohodnost odpovědi respondenta (Durdová, 1999).

2.12.2 SWOT analýza

SWOT analýza je nejjednodušší rozbor vedoucí k určení silných a slabých stránek a k vymezení příležitostí a ohrožení (hrozeb) z vnějšího prostředí. Silné a slabé stránky se týkají vnitřní situace firmy, hodnotí se například plnění cílů firmy, zdroje a jejich využití. U hrozeb a příležitostí se vychází z vnějšího prostředí, to, co firmu obklopuje a jak na ní působí nejrůznější faktory (Kozel, 2011).

Mládková (2009, s.46) uvádí ve své knize: *„Metoda SWOT patří mezi metody uplatňované v rámci strategického managementu, který se vyznačuje vysokým stupněm originality manažerské práce. V rámci celkového procesu strategického plánování je dobrá taková strategie, které neutralizuje hrozby očekávané z vnějšího prostředí, počítá s využitím budoucích příležitostí, hlavní směry těží ze silných stránek organizace a snaží se eliminovat známé slabé stránky.“*

SWOT analýza je založena na kombinaci:

- silných stránek organizace – věda a výzkum, personální politika, finanční síla, postavení na trhu,
- slabé stránky organizace – image organizace, závislost na komponentech dovážejících ze zahraničí, napojení na infrastrukturu,
- příležitosti okolí – malý počet konkurenčních firem, velká poptávka na trhu, nedostatkové zboží,
- hrozby okolí – nové technologie, nárůst konkurenčních firem (Mládková, 2009).

Při tvoření SWOT analýzy je potřeba mít k dispozici podrobně dostupné všechny detaily akce, včetně předběžného rozpočtu, dobrovolníků, zaměstnanců, data a místo konání akce, velikosti společnosti, kde se akce bude konat a publika. Mezi silné stránky se řadí analyzované parametry jako bezpečnost a ochrana, občerstvení a nápoje, personální management. Opakem jsou slabé neboli kritické stránky, které se týkají například nedostatku zařízení, konflikty mezi dobrovolníky a vedoucími, nedostatečné zkušenosti dobrovolníků. Jako příležitosti mohou organizátoři brát v úvahu budoucí partnery a sponzory, turistické aktivity. Čtvrtou částí analýzy jsou hrozby, se kterými se musí počítat. Patří zde násilí, kriminalita, politický neklid, stávky nebo ekonomická recese (Čáslavová, 2009).

3 Příprava a organizace tábora

Tato část bakalářské práce se zaměřuje na základní informace o dětském příměstském táboře, jako jsou místo a čas uskutečnění tábora, harmonogram programu, potřebné dokumenty, propagace a finanční stránka.

3.1 Základní informace

Nejprve je důležité představit místo a termín příměstského tábora a přiblížit zázemí, kde se tábor uskuteční. Dále je uvedeno, pro jaké děti tábor je. Důležité je také vedení, koho a kde je možnost kontaktovat.

3.2 Kontakty a důležité informace

Hlavní odpovědný vedoucí

Antonín Veselý

tel. číslo +420 772 659 328

email antoninvesely@skalkatabor.cz

adresa Vřesinská, 742 85 Vřesina

Pomocný vedoucí

Lenka Nová

tel. číslo +420 772 659 329

email lenkanova@skalkatabor.cz

adresa Vřesinská, 742 85 Vřesina

Obecné informace

termín tábora 8.-12.7.2019

místo tábora Vřesinská, 742 85 Vřesina

www adresa www.skalkatabor.cz

zaměření všestranný sportovní tábor

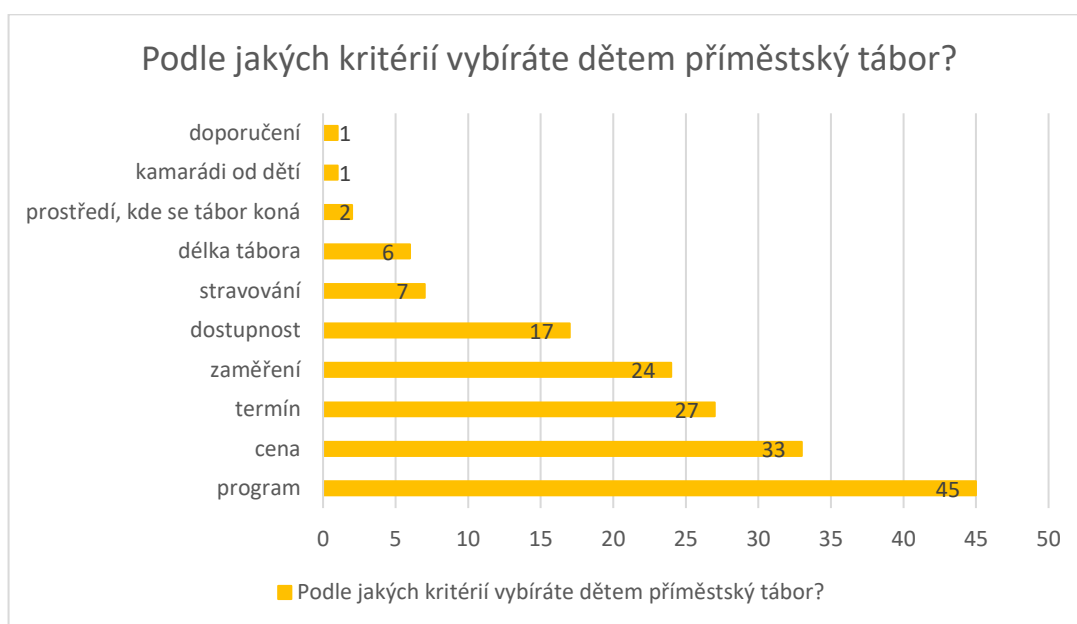
cena tábora 2 500,-/dítě, (2 100,-/dítě při přihlášení sourozenců)

termín odevzdání přihlášky

30.4.2019

termín zaplacení 6.5.2019

Graf 3.1 Kritéria výběru příměstského tábora pro děti



Zdroj: Vlastní zpracování

V dotazníkovém šetření dotazováni odpovídali, podle jakých kritérií vybírají svým dětem příměstský tábor. Otázka byla polouzavřená s možností označit až 3 možnosti, nebo označit odpovědi méně a popřípadě dopsat vlastní. Z celkového počtu 163 odpovědí, třiatřicet respondentů označilo 3 možnosti, dalších třiadvacet označilo pouze 2. Z grafu 3.1 lze posoudit, že největší váhu při výběru dávají rodiče na program tábora. Jako další prioritou jsou pro ně cena, termín konání a zaměření. Někteří se také zmínili, že dají na doporučení od známých, zajímá je prostředí a také, že posílají děti tam, kde budou mít své kamarády.

3.3 Místo a čas tábora

Jako nejvhodnější místo na konání tábora byl zvolen areál Skalka ležící v přilehlé části města Ostravy, ve Vřesině. Místo leží v klidné oblasti a je velice dobře dostupné autem i městskou hromadnou dopravou. U areálu je velké množství parkovacích míst s kapacitou až 300 automobilů. Z tramvajové zastávky je to asi 10 minut chůze. Skalka má obrovskou výhodu v tom, že se nachází u lesa a mezi loukami, a je tak možné využít obrovskou část plochy na hry a aktivity v přírodě. Jako další výhodu pro pořádání tábora je také fakt, že nejbližší cesta je vzdálená vzdušnou čarou asi 500 metrů, tím je zajištěna bezpečnost pro účastníky. Areál se pyšní velkým množstvím atrakcí, které lze využít na osmi hektarech plochy.

Nachází se v něm workoutové hřiště, minizoo, trampolínové centrum, skákací hrad, bourací autíčka, skluzavky a také vodní atrakce jako jsou lodičky. Návštěvníci mohou zažít adrenalin ve vodním světě. K dispozici jsou jak koule, tak válce o nosnosti maximálně 75 kg. Mezi lanové atrakce, které je možné ve volně přístupném areálu vyzkoušet jsou lanová pyramid a lanové centrum pro velké i ty menší. Své si zde najdou rodiny se školními i předškolními dětmi. Skalka je jedním z vyhledávaných míst na výlet mnoha maminek s kočárky a prarodičů

Pro první rok konání tohoto příměstského tábora je určen pouze jeden turnus v období od 8. července do 12. července roku 2019. Tento termín je zvolen z toho důvodu, že v prvním týdnu letních prázdnin jsou dva státní svátky a dá se předpokládat, že rodiče vyrazí s dětmi na dovolenou, popřípadě si vezmou volno v práci a stráví čas spolu s dětmi. Tábor bude probíhat pět pracovních dní od pondělí do pátku.

Obr 3.1 Areál Skalka family park



Zdroj: Skalka family park, dostupné z: www.skalkaostrava.com

Obr 3.2 Hlavní budova + restaurace



Zdroj: Mámin koutek, dostupné z: www.maminkoutek.cz

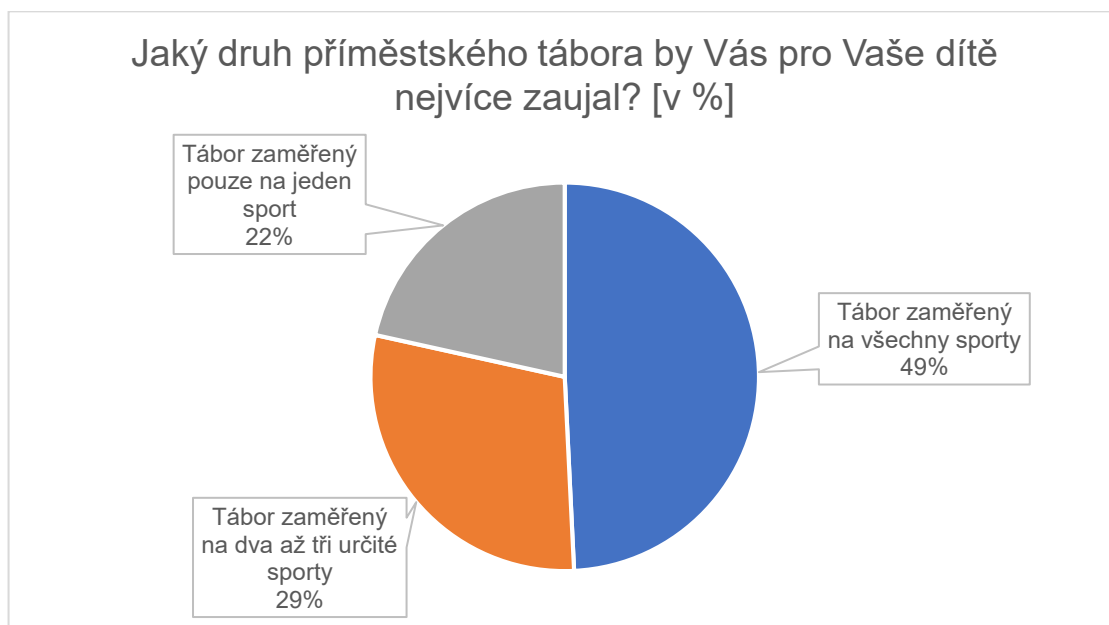
Věková kategorie

Tábor je určen pro všechny děti, které se nebojí poznávat nové kamarády, rády sportují, objevují nové sporty, tráví část v přírodě a v neposlední řadě chtějí prožít týden neopakovatelných zážitků. Věkové rozmezí je od 6 do 12 let. Složení pohlaví není určeno.

3.4 Harmonogram dne

Program tábora je zaměřen na všechny druhy sportů a sportovních aktivit od míčových her, přes aktivity v přírodě až po týmové výzvy, u kterých dětem nebudou stačit pouze fyzické schopnosti, ale budou muset zapojit i logiku, nápaditost nebo hravost. Harmonogram je tedy přizpůsoben tak, aby se veškerých zmiňovaných úkolů mohli zúčastnit všichni, bez rozdílu věku. V dotazníku měli rodiče odpovídat na otázku, jaký druh tábora by zvolili pro své děti, zda by byli spokojenější, kde by děti poznaly za týdenní turnus pouze v jeden sport, dva určité nebo aby zažili z každého něco. V grafu 3.2 lze vidět, že skoro polovina dotazovaných odpověděla, že by zvolili tábor zaměřený na všechny druhy sportů. Další asi třetina by upřednostnila, aby jejich dítě jelo na tábor se zaměřením na jeden sport. Vysvětlení to má jednoduché. Mnoho dětí dělá určitý sport, který je baví nejvíc, ať už je to tenis, volejbal nebo například fotbal. Je tedy velká pravděpodobnost, že děti buď nebaví jiné sporty, nebo doposud neměli možnost si je vyzkoušet.

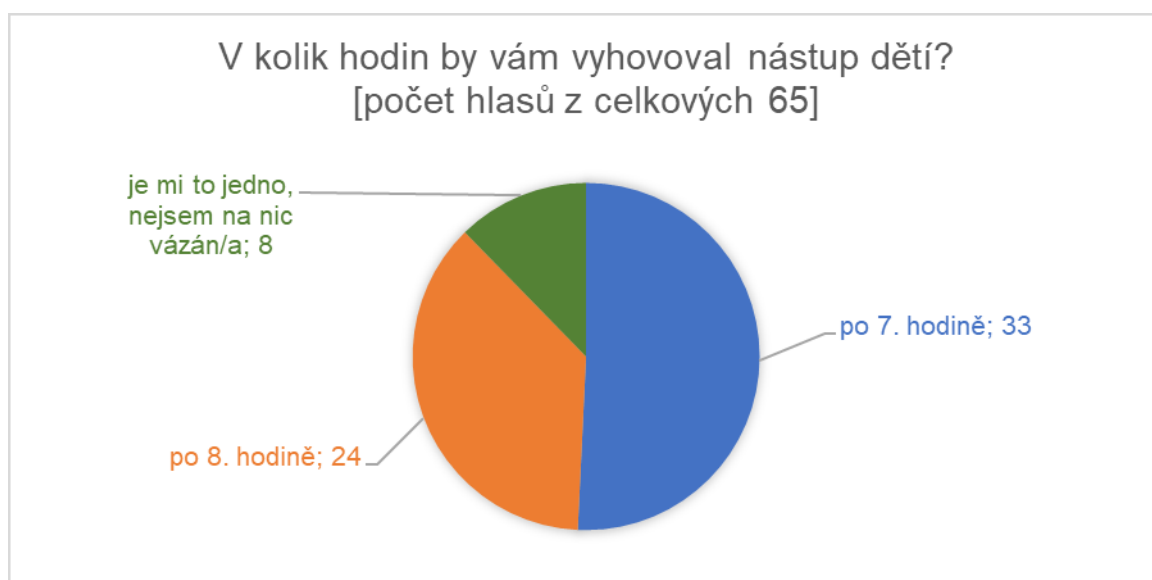
Graf 3.2 Druh sportovního tábora



Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týká samotného harmonogramu dne, opět se bude vycházet z dotazníkového šetření, kde bylo zjištěno, že pro rodiče je nejvhodnější nástup dětí po 7. hodině. Rodiče v mnoha případech dojíždějí do práce, a ne všichni mají zajištěné hlídání nebo náhradní dovoz do areálu na místo konání.

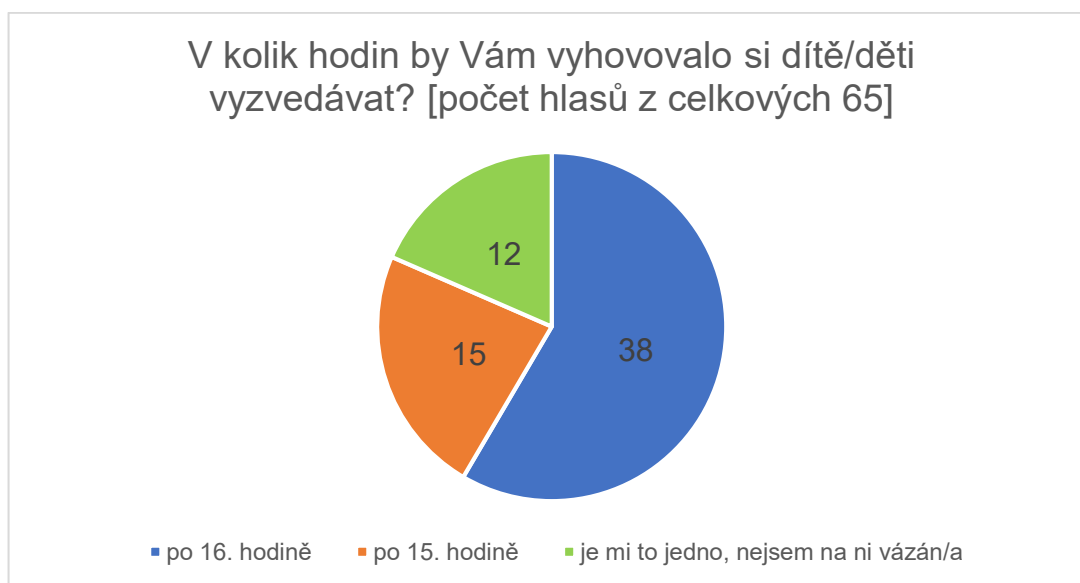
Graf 3.3 Nástup dětí



Zdroj: Vlastní zpracování

Podobné jako u nástupu to je i u vyzvedávání. Nejraději by byli zákonní zástupci, kdyby si dítě/děti mohli odvézt po 16. hodině. Pokud totiž rodiče dítě/děti dováží z větší dálky, nebo pokud mají práci dál od místa konání, potřebují nějaký čas dopravit se do areálu Skalka. V grafu 3.4 lze krásně vidět množství lidí s osmihodinovou pracovní dobou, kteří chtějí nástup po 7. hodině a vyzvedávání dětí po 16. hodině.

Graf 3.4 Čas vyzvedávání dětí



Zdroj: Vlastní zpracování

Celkový řád dne se krom programu nebude měnit. Časy jídel, nástup i odchod dětí a časy aktivit budou po celý týden stejné (krom čtvrtku). Režim dne bude následující přibližně jako je znázorněno v režimu dne.

REŽIM DNE

7:00-8:00 příchod a prezentace dětí u vedoucího tábora

8:15 seznámení dětí s denním programem

8:30 svačina

9:00-12:00 dopolední program

12:00-12:45 oběd

12:45-15:00 odpolední program

15:00-15:10 úklid po celodenním programu

15:10 svačina

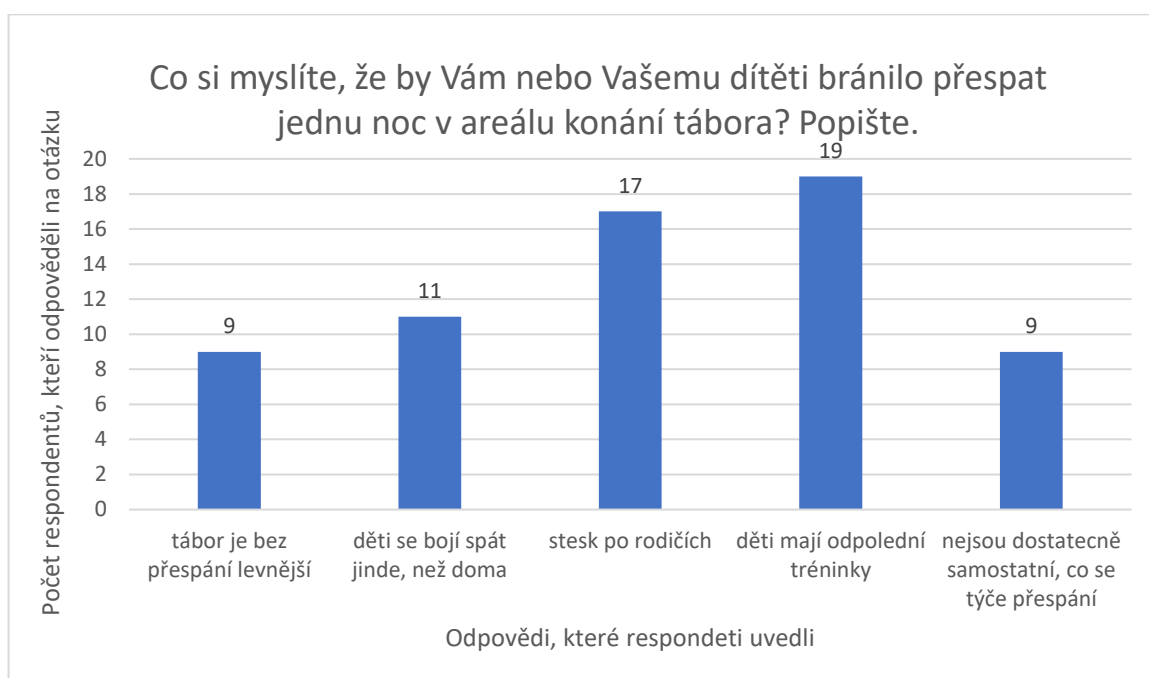
15:45 volný program na sportovištích pod dohledem

16:00-16:30 vyzvedávání dětí

Zdroj: Vlastní zpracování

Každý den krom jednoho dne, bude mít průběh jako ve zmíněném režimu dne. Ve čtvrtek budou mít děti možnost přespat v areálu Skalka family park a v odpoledních hodinách jít na výlet do Planetária Ostrava. Zda by bylo o přespaní zájem bylo provedeno dotazníkové šetření. Většina respondentů se shodla na tom, že by o přespaní měla zájem, avšak s přihlédnutím na to, ve který den by se akce konala. Zároveň anketa odhalila důvody rodičů, proč by jejich dítě nemohlo nebo nechtělo na táboře přespat. Důvody, které uváděli, byly že se děti bojí spát jinde, než doma nebo například z toho důvodu, že mají děti odpolední tréninky. Jedním z rozhodnutí, proč by rodiče nechali spát děti raději doma byl ten, že by tábor stál víc peněz, V přihlášce na tábor je uvedena částka za přespaní. Výše příplatku je 150 Kč/dítě, tudíž by tábor stál 2 650 Kč..Podrobněji a v číslech viz graf 3.5.

Graf 3.5 Přespání v areálu tábora



Zdroj: Vlastní zpracování

3.5 Vedení tábora

Kvalitní vedení tábora je jedním z hlavních priorit dobře zorganizovaného tábora. Důležité je dbát na kvalifikaci, ale i předešlé zkušenosti vedoucích, především z důvodu bohatých znalostí a dovedností s různými programy a zároveň přinesou dětem nové aktivity a hry, se kterými se ještě třeba nesetkaly. Mezi důležité osoby při organizování patří:

Vedoucí tábora

Odpovědná osoba, která zodpovídá za celý chod tábora. Za bezpečnost, program, zdraví, dodržování morálky a jiné povinnosti, které by měl splňovat hlavní vedoucí. K náplni jeho práce patří také řídit všechny vedoucí týmů (instruktory). Jeho příkladné chování by mělo být samozřejmostí. K tomu by však měl být milý, férový, komunikativní, nápaditý a výhodou je umění motivovat své podřízené k lepšímu výkonu a kreativitě.

Vedoucí týmů-instruktoři

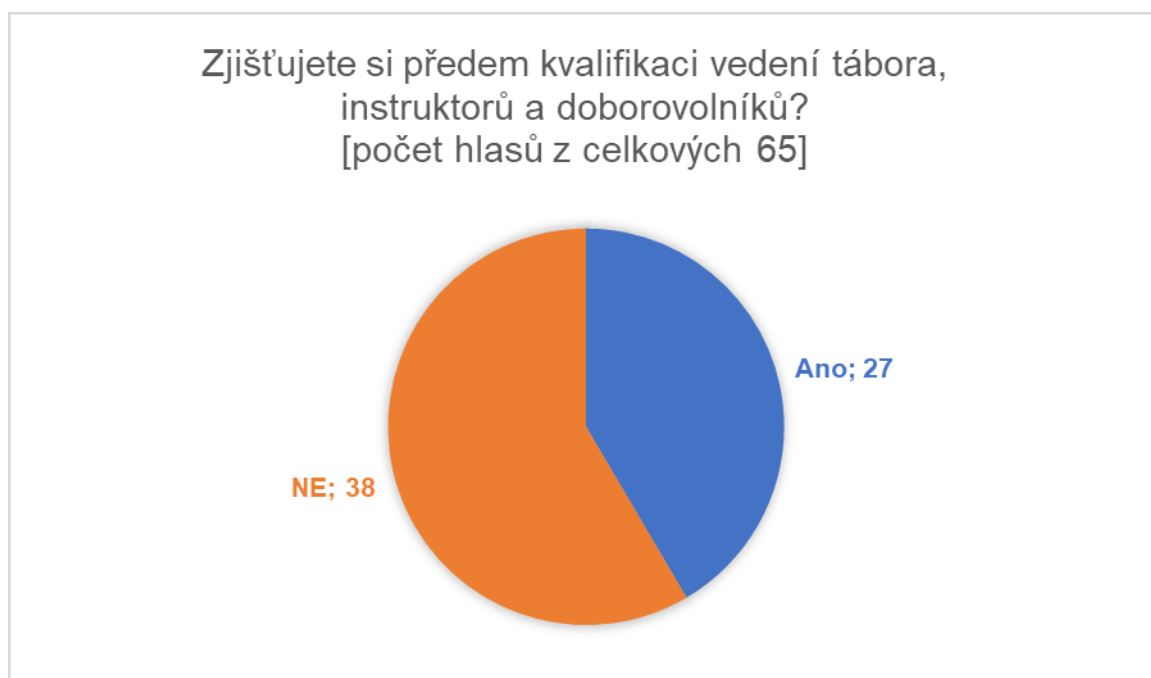
Pět vybraných osob, které při naplnění tábora padesáti dětmi budou mít na starost každý 10 dětí. Jsou podřízeni vedoucímu tábora, musí tak plnit jeho příkazy.

S vedoucím tábora mají však za úkol dozor nad dětmi. Dohlíží při plnění úkolů a pomáhají jim zdokonalovat a rozvíjet sportovní pohybové aktivity i kreativní myšlení.

Dobrovolníci

Třetí nedílnou součástí tábora jsou tři dobrovolníci, kteří si při pomoci organizování mohou splnit praxi ze střední či vysoké školy. Jejich úkolem bude pomáhat vedoucímu týmů, bavit a pomáhat podle předem daného plánu, který každý dobrovolník dostane, ať se nestane, že někdo nebude tam kde by měl. Předem jsou tak stanovení místa, atrakce kde kdo bude.

Graf 3.6 Kvalifikace vedení tábora



Zdroj: Vlastní zpracování

Z dotazníkového šetření, u kterého bylo dotázáno 65 nezávislých respondentů, bylo zjištěno, že 27 lidí (41,56% dotázaných) si zjišťuje předem kvalifikaci vedení. Tuto odpověď označily převážně matky (21 odpovědí). Z grafu 3.6 je tedy jasné, že i přes to, že nejde o nadpoloviční většinu, je spousta lidí, kteří si informace zjišťují, a proto je i pro vedení důležité, aby zajistilo, kvalifikované organizátory s pozitivním vztahem k dětem.

Možnosti, jak získat dobře kvalifikovaný a školený personál je mnoho. Jedním je například kontaktovat učitele ze středních a vysokých škol, s kurzem zabývající se organizováním sportovních akcí, např. táborů. Další variantou je oslovit studenty, kteří si právě dodělali kurzy spojené se sportovním odvětvím a chtějí tak nasbírat zkušenosti. Mezi ně se řadí také studenti, kteří studují pedagogický obor a potřebují někde nasbírat praxi, nebo si splnit zápočty z předmětů.

Všichni zájemci byli vybráni na základě zaslaných životopisů na e-mailovou adresu vedoucímu tábora, dále prošli výběrovým řízením a v neposlední řadě měli předvést svou pohybovou schopnost. Z nichž byli vybráni 5 vedoucí a 5 dobrovolníků.

3.6 Materiální vybavení

Pro konání akce jako je sportovní příměstský tábor je důležité zajistit materiální vybavení na sport, kreativní aktivity a odměny. Každý účastník, který se tábora zúčastní, dostane svou 0,5 litrovou sportovní láhev se svým jménem a oblíbeným číslem. Na konci tábora děti obdrží od organizátorů účastnickou medaili a diplom. Pozn: Diplom bude také zaslán na e-mailovou adresu rodičů.

Sportovní vybavení

Pro provozování sportovních aktivit je důležité zajistit vybavení, které ke každému sportu patří. K lepšímu přehledu potřeb je rozdělené vybavení podle sportů:

- florbal – florbalové hole (15 ks), míčky (10 ks), branky (2 ks), brankářské helmy a výstroje (2 ks),
- fotbal – fotbalový balón (3 ks), branky (2 ks), rozlišovací dresy (30 ks),
- házená – házenkářský balón (2 ks), branky (2 ks),
- baseball – pálky (2 ks), baseballové rukavice (7 ks), míčky (5 ks), helmu (2 ks),
- badminton – badmintonové pálky (10 ks), košíčky (10 ks),
- pro venkovní aktivity spojené s jinými, než míčovými sporty je důležité mít k dispozici lana (15 ks), provazy (10 ks), krepový papír (50 ks) na označení cesty, na které budou děti plnit úkoly a jiné.

Veškeré sportovní vybavení je k dispozici v ceně pronájmu areálu.

Kreativní aktivity

V kreativních aktivitách si děti během týdne vyzkoušejí malovat na bílá trička, které jsou v podmínkách tábora, malovat na hrníčky a kreslit křídami na zem. Pro tyto aktivity je proto potřeba zajistit barvy na trička (500 Kč), hrníčky (780 Kč), barvy (fixy) na hrníčky (250 Kč), křídý pro každou skupinu-nejlépe zajistit co nejrozmanitější barvy (200 Kč). K tomu budou mít děti za úkol vytvořit z papírů dárek svým nejbližším, proto je nutné nakoupit barevné papíry (150 Kč), fixy (100 Kč), pastelky (100 Kč), nůžky (100 Kč), lepidla (50 Kč), lepicí pásky (50 Kč) a jiné kancelářské potřeby (250 Kč).

(Pozn. Ceny hrníčků jsou uváděné pro počet 50 dětí.)

Odměny

Do odměn jsou pro děti zahrnuty diplomy (500 Kč), které budou dostávat v průběhu tábora, za dílčí aktivity. Také na konci po nalezení pokladu objeví děti odměnu v podobě bonbónů, lízátek, čokoládových medailí a klíčenek v celkové hodnotě 3 500 Kč. Jednou z odměn je také voucher na slevu pro uplatnění rezervace místa na táboře v následujícím roce.

Jako další možnost zábavy je promítání pohádkového kvízu na dataprojektoru, který vlastní jeden z organizátorů a je ochoten ho vypůjčit. K tomuto je nutné zajistit notebook, prezentaci a projektor, které zajistí hlavní vedoucí. Notebook bude k dispozici po celou dobu konání tábora z důvodu prezentace dětí každý den.

3.7 Dokumentace tábora

Pro správnou organizaci tábora, je potřeba připravit určité dokumenty, které musí mít vedoucí u sebe. Jsou to:

- přihláška na tábor,
- prohlášení o bezinfekčnosti,
- informace o zdravotním stavu dítěte,
- kopie kartičky pojištění,
- souhlas zákonného zástupce s podmínkami tábora a se zveřejňováním fotografií na webových stránkách tábora (GDPR).

Přihláška na tábor musí být podaná elektronicky nebo v tištěné podobě do konce dubna, tedy do 30. 4. 2019. Přihláška obsahuje jméno, příjmení, datum narození a bydliště dítěte a kontaktní údaje na rodiče, nejlépe jméno a příjmení, telefonní číslo a e-mail. Dále je v přihlášce nutno vyplnit, zda dítě přespí v areálu Skalka family park (ze čtvrtku na pátek) za příplatek 150 Kč na dítě. Celý dokument musí být podepsaný zákonným zástupcem s datem podání přihlášky.

Prohlášení o bezinfekčnosti je důležitý dokument, kde se rodič zavazuje, že je jeho dítě zdravé a žádným způsobem neohrožuje zdraví ostatních dětí. Vyplňuje ho zákonný zástupce dítěte s datem od 3. července 2019 a odevzdává se v den nástupu na tábor. V případě, že účastník nebude mít řádně vyplněné prohlášení, nebude moci na tábor nastoupit.

Dalším dokumentem jsou **Informace o zdravotním stavu dítěte**, kde se uvádí, zda účastník bere pravidelně léky, popřípadě jaké, zda má určité omezení, co se týče stravování, sportovní stránky (např. neumí plavat) či jiné problémy jako je alergie.

Kopie kartičky pojištěnce se dokládá pro případ úrazu a nutnosti jeho případného ošetření.

V **Souhlase zákonného zástupce s podmínkami tábora a se zveřejňováním fotografií na webových stránkách tábora** potvrzuje zákonný zástupce, že souhlasí s programem, podmínkami a pravidly turnusu a dává souhlas, či nesouhlas se zveřejňováním fotografií na webových stránkách, sociálních sítích organizátora, případně na úložišti (GDPR).

3.8 Propagace

Pro organizátory nového tábora je důležité dostat se do podvědomí potencionálních zákazníků, tedy rodičů, kteří chtějí své děti přihlásit na tábor během letních prázdnin. K tomu může využít vedení tábora propagaci pomocí různých nástrojů. Jako hlavní možnost propagace byl zvolen plakát a internetová reklama.

3.8.1 Plakát

Plakáty budou vyvěšovány v čekárnách u lékařů, na nástěnkách ve školách, na radnicích nebo například na informačních tabulích ve sportovních klubech, které roznesou předem zvolení instruktoři. Důležitost je v upoutání pozornosti především rodičů. Na plakátu budou základní informace o táboře, jako je termín a místo konání, cena, program, zaměření a také odkaz na webové stránky a profil tábora na sociálních sítích.

3.8.2 Internetová reklama

Jako hlavní předmět komunikace budou sloužit webové stránky, kde si každý bude moci najít informace, které ho zajímají. Pro šíření informací mezi veřejnost je využíváno sociálních sítí, jako jsou Facebook, Instagram nebo Twitter. Zde budou rodiče dostatečně informováni o změnách, programu a mají také možnost podívat se na fotografie.

3.9 Finance

Ve finanční stránce tábora je znázorněno, za jakých podmínek je možné realizovat tábor v zisku, kdy se nevyplatí s táborem vůbec začínat, kolik dětí je potřeba, pomáhá určit, kolik samotný tábor má stát peněz a rozdělit náklady do skupin, ve kterých se dá následně zjistit, kde je možné ušetřit.

Jedinými výnosy jsou pro organizátory peníze, které získají za zaplacení tábora. Cena pro jedno dítě je stanovena na 2 500 Kč/turnus. V případě přihlášení sourozenců, druhé dítě se slevou 400 Kč. Finanční prostředky obdrží buď předem, nebo platbou v hotovosti. U nákladů je to složitější. Je toho mnohem víc, co se musí brát v úvahu. Do nákladů se řadí odměny pro děti, stravování, výlet, materiální vybavení a jiné. V tabulce 3.1 jsou popsány podrobněji.

Výnosy při naplnění kapacity tábora padesáti dětmi (nepředpokládá se sourozenecká sleva) by byly 130.000 Kč.

Tab 3.1 Náklady na tábor pro 50 dětí

Náklady	Částka
Pronájem prostorů a sportovního vybavení	24 000 Kč
Stravování 3x denně + pitný režim	37 700 Kč
Příplatek za přespání (večeře, snídaně)	7 500 Kč
Výlet – Planetárium Ostrava (vstupné)	3 500 Kč
Láhev na pití pro každého účastníka	2 000 Kč
Potisk láhve na pití	1 500 Kč
Účastnické medaile + diplomy	1 500 Kč
Nákup dalšího sportovního vybavení	5 500 Kč
Nákup kancelářských potřeb + barev na keramiku a textil	2 100 Kč
Nákup hrnků na malování	780 Kč
Nákup odměn za soutěže	2 500 Kč
Propagace (plakáty, letáky)	1 500 Kč
Odměna vedoucímu tábora	6 500 Kč
Odměna pro instruktory (5 500 Kč x 5 instruktorů)	27 500 Kč
Celkem	124 080 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab 3.2 Výnosy tábora při padesáti dětech

Výnosy	Částka
Výnosy při naplnění tábora 50 dětmi (nepředpokládá se sourozenecká sleva)	125 000 Kč
Příplatek za storno poplatek 85Kč/dítě/turnus (předpokládá se, že využijí všechny děti)	4 250 Kč
Celkem	129 250 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro názornou ukázkou, při jakém počtu dětí dochází k zisku, popřípadě ztrátě, poslouží tabulka 3.2.

Tab 3.3 Výpočet zisku/ztráty při rozdílném počtu účastníků

Náklady	40 dětí	45 dětí	50 dětí	55 dětí
Pronájem prostorů a vybavení	19 200 Kč	21 600 Kč	24 000 Kč	26 400 Kč
Stravování 3x denně + pitný režim	30 550 Kč	34 450 Kč	37 700 Kč	40 950 Kč
Výlet – Planetárium Ostrava	2 800 Kč	3 150 Kč	3 500 Kč	3 850 Kč
Přespání (večeře + snídaně)	6 000 Kč	6 750 Kč	7 500 Kč	8 250 Kč
Láhev na pití pro každého účastníka	1 600 Kč	1 800 Kč	2 000 Kč	2 200 Kč
Potisk láhve na pití	1 200 Kč	1 350 Kč	1 500 Kč	1 650 Kč
Účastnické medaile + diplomy	1 440 Kč	1 620 Kč	1 800 Kč	1 980 Kč
Nákup sportovního vybavení	5 500 Kč	5 500 Kč	5 500 Kč	5 500 Kč
Nákup kancelářských potřeb + barev na keramiku a textil	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Nákup hrnků na malování	660 Kč	720 Kč	780 Kč	840 Kč
Nákup odměn za soutěže	2 000 Kč	2 250 Kč	2 500 Kč	2 750 Kč
Propagace	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
Odměna vedoucímu tábora	6 500 Kč	6 500 Kč	6 500 Kč	6 500 Kč
Odměna pro lektory	22 000 Kč	27 500 Kč	27 500 Kč	33 000 Kč
Součet nákladů	102 950 Kč	116 690 Kč	124 080 Kč	137 370 Kč
Výnosy				
Výnosy při naplnění tábora 50 dětmi (nepředpokládá se sourozenská sleva)	100 000 Kč	112 500 Kč	125 000 Kč	137 500 Kč
Příplatek za storno poplatků 85Kč/dítě/turnus (předpokládá se, že využijí všechny děti)	3 400 Kč	3 825 Kč	4 250 Kč	4 675 Kč
Součet výnosů	103 400 Kč	116 325 Kč	129 250 Kč	142 175 Kč
Zisk/Ztráta	450 Kč	- 365 Kč	5 170 Kč	4 805 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

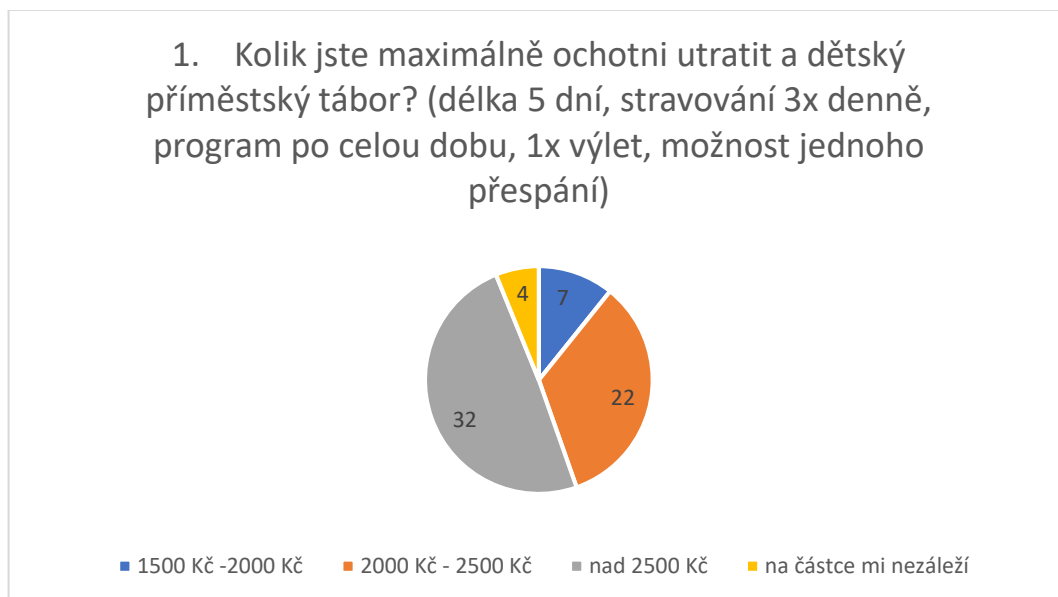
Při výpočtu výsledku hospodaření z výkazu zisku a ztráty lze dojít k závěru, že při naplnění kapacity 50 dětmi při ceně 2 500 Kč/dítě/turnus bude tábor 5 170 Kč v zisku. Jelikož není zisk velký, použije se příští rok na propagaci a nákup sportovního vybavení.

K neekonomičtější situaci dochází při obsazení tábora padesáti nebo padesáti pěti dětmi. Při tomto počtu dětí by se tak finanční stránka tábora po zaplacení celého vedení, materiálního vybavení a jiných nákladů pohybovala v kladných hodnotách. Organizátoři si však pro první rok dali hranici v počtu dětí na padesát.

3.9.1 Cena tábora

Samotná cena tábora je stanovena na 2 500 Kč pro dítě. V případě přihlášení sourozenců je druhé dítě za 2 100 Kč. Cena je porovnána s konkurencí, která pořádá příměstské tábory v Ostravě a okolí.

Graf 3.7 Cena tábora



Zdroj: Vlastní zpracování

Tab 3.4 Analýza příměstských táborů v Ostravě

Pořadatel	Místo	Zaměření	Termín	Cena
Ridera sport	Sportovní areál Ridera Závodní 2885/86 Ostrava Vítkovice	Tenis	22. - 26. 7. 2019	3 300 Kč
			26. - 30. 8. 2019	
Ridera sport	Sportovní areál Ridera Závodní 2885/86 Ostrava Vítkovice	Všechny sporty	Celé prázdniny od pondělí do pátku, od 1. 7–30. 8. 2019	2 150 Kč
Centrum volného času	O. Jeremiáše 1985/34, Ostrava-Poruba	Všechny sporty + kreativní dílna	17.-21. 7. 2019	1 300 Kč
Projekt "Prázdniny v Ostravě"	ZŠ Komenského 668, Ostrava-Poruba	Všechny sporty	8.-12. 7. 2019	2 100 Kč
			22.-26. 7. 2019	
			5.-9. 8. 2019	
			19.-23. 8. 2019	
			26.-30. 8. 2019	
Swanky	Inline park U cementárny 1174/38 Ostrava-Vítkovice	In-line bruslení	8.-12. 7. 2019	2 300 Kč
			5.-9. 8. 2019	
			19.-23. 8. 2019	
Zoo Ostrava	Zoologická zahrada Ostrava Michálkovická 197	Poznávání přírody a zvířat	8.-12. 7. 2019	2 885 Kč
			26.-30. 8. 2019	
Dolní oblast Vítkovic	Velký a malý svět techniky DOV Ruská 2994/18 Ostrava-Vítkovice	Věda a vynálezy	8.-12. 7. 2019	2 490 Kč
			22.-26. 7. 2019	
			29.7.-2. 8. 2019	
			5.-9. 8. 2019	
			12.-16. 8. 2019	

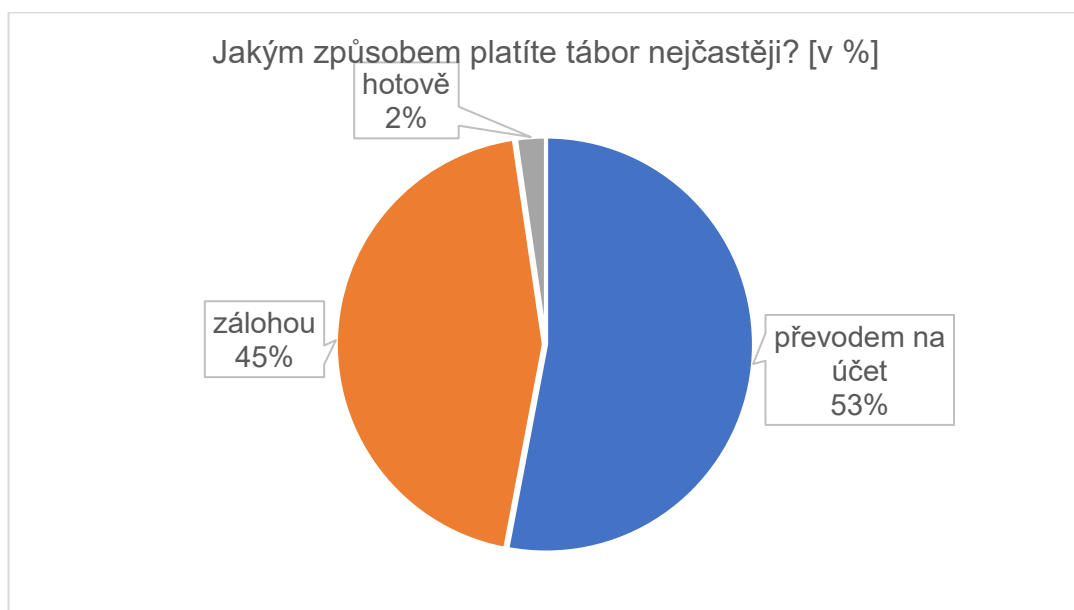
Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce 3.3 lze vidět přímá a nepřímá konkurence příměstského tábora v Ostravě. Konkurence se stejným termínem turnusu je Ridera sport, Projekt „Prázdniny v Ostravě“, Swanky tábor, tábor v ZOO Ostrava a Dolní oblasti Vítkovic. Ostatní tábory se konají v jiné turnusy, i tak je lze brát jako konkurenci. Rodiče nemají neomezené finanční prostředky, a tak se musí rozhodnout, kam dítě přihlásí.

Co se týče konkurence se stejným zaměřením, jedná se o Ridera sport, Centrum volného času a Projekt „Prázdniny v Ostravě“. Tyto tábory jsou nabízeny za různé ceny podle místa konání, programu a kapacity dětí. Pětidenní turnus stojí od 1300 Kč do 3300 Kč, kdy rozhoduje především cena za pronájem místa konání. Tyto tábory neplatí za areál, a proto je cena nižší než u tábora konaného v areálu Skalka family park, kde se pronájem platí.

Způsoby plateb

Graf 3.8 Způsoby platby



Zdroj: Vlastní zpracování

Peníze za tábor je možné posílat na bankovní účet 228549627/0300 a s variabilním symbolem – prvních šest číslic rodného čísla dítěte, nebo odevzdávat hotově do 6. května 2019 na sekretariát vedoucímu táboru. Tábor také dává možnost sociálně slabším rodinám rozdělit si platbu, zaplatit tak do konce března první část, tedy 1300 Kč a druhou polovinu zaslat nejpozději dva měsíce před zahájením turnusu,

tedy do 6. května 2019. Platba zálohou je velice oblíbená. V dotazování by téměř polovina respondentů uvítala platbu tímto způsobem.

Storno podmínky

S platbou tábora souvisí také možné storno podmínky, pokud se dítě nebude moci ze závažného důvodu účastnit turnusu. Nejčastěji dochází k odhlášení z důvodu nemoci. Pořadatelé nabízejí možnost připojištění storna ve výši 17 Kč na den tedy 85 Kč za pětidenní tábor.

Výše poplatku, který si vedení odečte při odhlášení dítěte po zaplacení tábora, záleží na době, kdy chtějí rodiče dítě přihlásit:

- odhlášení do 10. 6. 2019 – storno poplatek 10%,
- odhlášení do 24. 6. 2019 – storno poplatek 25%,
- odhlášení do 1. 7. 2019 – storno poplatek 50%,
- odhlášení do 7. 7. 2019 – storno poplatek 70%,
- odhlášení v den nástupu – storno poplatek 100%.

3.9.2 Odměny

Odměny vedení tábora

Hlavní vedoucí obdrží za zorganizování tábora za pětidenní turnus částku 6 500 Kč. Navíc mu bude zajištěno stravování a pitný režim po celých 5 dní, zdarma dostane hrníček, který si s dětmi bude moci pomalovat, certifikát o absolvování tábora, a především bohaté zkušenosti.

Instruktoři získají stejné výhody jako hlavní vedoucí s rozdílem, že nedostanou tak vysokou finanční odměnu. Jejich pětidenní ohodnocení je ve výši 4 500 Kč/osoba.

Dobrovolníci, tedy studenti, dostanou taktéž stravu, pitný režim a hrnek, certifikát pro přiložení k životopisu, a především pro splnění praxe do školy dostanou od vedoucího tábora „Osvědčení o absolvování praxe“.

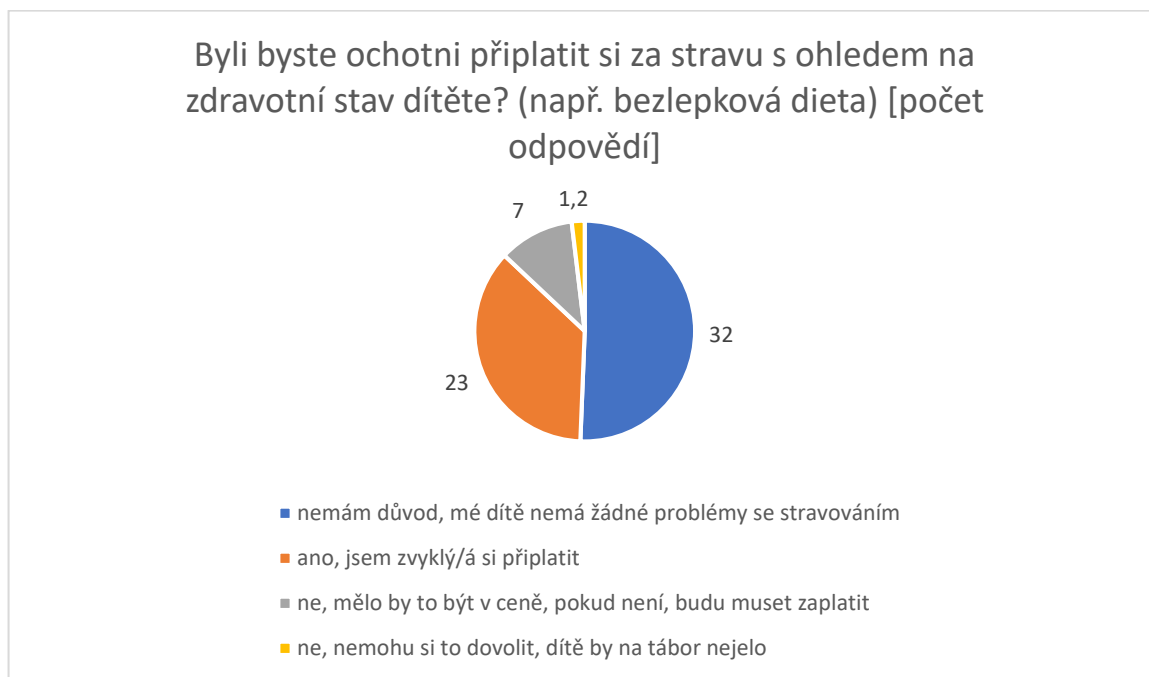
Odměny dětem

Za soutěže, které děti během tábora absolvují, dostanou drobnou odměnu v podobě bonbónu, lízátek nebo jiných drobných sladkostí. Pro tento typ odměn je vyhrazeno 50 Kč na dítě.

3.9.3 Stravování

Stravování bude zajištěno přímo v restauraci areálu Skalka family park. Vedení i účastníci tábora budou mít k dispozici 2x denně svačinu a v poledne oběd. Každý den děti navíc obdrží müsli tyčinku nebo ovoce, které dostanou při dopolední svačině. V dotazníku byli respondenti dotazováni, jaký druh stravování by si přáli. Vybírali z možností 3x denně (svačina, oběd, svačina), 4x denně (snídaně, svačina, oběd, svačina) nebo pouze oběd, s tím, že si děti budou nosit vlastní jídlo v krabičkách. 55 z 65 dotazovaných odpovědělo, že preferují první možnost, tedy stravu 3x denně. Pouze 10 z nich odpovědělo jinak. Šest respondentů se shodlo na poslední možnosti, kdy si děti budou donášet vlastní stravu. Šlo především o děti s omezením v příjmu potravy, například bezlepková dieta, alergie na laktózu apod. Na otázku, zda jsou ochotni si za stravu připlatit nebo ne odpovídali respondenti různě. Výsledek šetření je znázorněn v grafu 3.9.

Graf 3.9 Průzkum ohledně stravování



Zdroj: Vlastní zpracování

Cena stravy vychází děti i dospělé na 130Kč/den/osoba. V ceně je zahrnutý také pitný režim. Po celou dobu turnusu budou všem k dispozici dva barely s pitím. V jednom voda se šťávou, ve druhém čistá voda.

3.9.4 Výlet

Výlety během turnusu budou dva. Jedním z dopoledních výletů bude procházka do lesa, ležící v blízkosti areálu, kde si děti nasbírají indicie, větve, listí a jiné pomůcky pro odpolední hru. Druhým z výletů bude návštěva Planetária, které spolupracuje s Vysokou školou báňskou – Technickou univerzitou Ostrava a díky spolupráci je zařízeno pro děti promítání a prohlídka celého Planetária. Návštěva bude trvat přibližně 2 až 2 a půl hodiny. Cena pro dítě je 70 Kč. Cesta do a z planetária bude v rámci středečního odpoledního programu. Do Planetária se dopraví všichni účastníci pěšky přes Porubský les. Děti, které nebudou přespávat v areálu, mohou být rodiči vyzvednuti již u Planetária po skončení programu.

4 Vlastní realizace akce

4.1 Týdenní turnus

Pondělí

Na táboře je nastaven čas pro příchod dětí mezi sedmou a osmou hodinou. V tuto dobu se musí účastníci dostavit za vedoucím tábora k prezentaci. Na začátku turnusu je vždy důležité, aby rodiče předali potřebné dokumenty, např. o zdravotní způsobilosti dítěte a případně nechali vedoucímu léky, které dítě užívá a pokyny, jak je podávat.

Na začátku každého dne vedoucí dětem nastíní program. Je také důležité dětem na úvod říct, že budou rozděleny do skupin, ve kterých budou plnit společně úkoly, dovednostní kvízy a sportovat. Za společné snažení budou dostávat body, které jim pomohou získat na konci týdne potřebné indicie a mít tak šanci najít co nejrychleji svůj poklad. Seznámení s programem probíhá před podáváním svačinky, tedy přibližně v 8:15. Následuje svačinka.

V 9:00 začíná dopolední program. Na úvod každého tábora je vhodné zvolit seznamovací hry, u kterých se děti poznají, získají hned nové kamarády a jsou to vůbec první aktivity, do kterých se děti na táboře zapojí. Je lepší jich připravit větší množství. Hlavním cílem vedoucích je zapamatovat si jména dětí. Je mnoho her, jak to provést. Vedení se rozhodlo pro seznámení v kruhu, kdy každé dítě postupně řekne své jméno a na první písmenko svého křestního jména řekne něco, co mají rádi. Např: Jakub – jídlo, Ota – ostružiny. Dále jsou děti rozděleny do skupin a každý řekne o sobě několik informací. Je důležité, aby si každý zapamatoval co nejvíce a pak je jejich úkolem říct všem, co si zapamatovali. Seznamovací hry trvají asi hodinu. Poté jsou děti vedoucími rozděleny do pěti skupin po 10 dětech. Jejich úkolem je do oběda vymyslet týmový název, logo a pokřik týmu. V 11:30 se skupiny sejdou na sportovišti a dohromady si zahrají na schovávanou, kámen – nůžky – papír a vybíjenou.

Následuje oběd, který je po celou dobu zajištěn v areálu tábora a polední pauza, kdy si děti hrají v klubovně, staví lego, holky si hrají s panenkami nebo provádí jiné klidné aktivity.

Po polední pauze začíná odpolední program. Je celkem 5 sportovních odvětví, se kterými se děti na táboře seznámí. Pondělí je ve znamení florbalu. Holky i kluci se naučí, jak správně držet florbalovou hokejku, s jakým míčkem se hraje a jednotlivé

skupiny si mezi sebou zahrají turnaj o první body do celotáborové hry. Vítěz získá 5 bodů, tým na posledním místě bod jeden. Ty týmy, které zrovna nehrají turnaj, mají za úkol vyplnit za spolupráce vedoucích i dobrovolníků kvízy na téma „Sport a příroda“. Otázek je 10 a opět se sbírají za každou správnou odpověď body.

Po skončení miniturnaje mají děti za úkol uklidit hřiště, odnést výstroj, míčky a hokejky a následuje svačina. Po ní přichází na řadu volný program dětí na sportovištích, které jsou hlídány vedením a je čas rozloučit se s prvním dnem. Blíží se 16. hodina, tedy doba, kdy si rodiče pomalu začínají vyzvedávat své ratolesti.

Úterý

Čas a způsob příchodu dětí se nemění. Opět je na rodičích, aby přivezli ratolesti do Skalka family park, kde se již samy přihlásí u vedoucího tábora. Na začátku dne opět nastává chvíle, kdy se nastíní program. Úterní dopoledne začne soutěží v rychlosti běhu, po které následuje sportovní aktivita, na kterou naváže dopolední kreativní dílna. Odpoledne se děti seznámí s dalším sportem a dále budou hádat správné odpovědi při interaktivním kvízu na téma sport, příroda, zvířata a pohádky.

Dopolední program začíná po svačince. Děti jsou ve svých týmech a mají za úkol, aby chytily ve vymezeném území své vedoucí. Ten, který ho ze skupiny jako první dožene, dostane od vedoucího papírek s indiciemi, na kterých jsou napsané určité znaky sportů, jako je zimní/letní sport, počet hráčů v týmu, zda jde o kolektivní nebo individuální sport apod. Příklad: Děti mají hádat sport FOTBAL, na papírku je napsané: „jedná o sport, který hraje 11 hráčů v jednom týmu, jeden z reprezentantů České republiky je Petr Čech a jde o venkovní sport“. Pokud ho uhádnou, získávají jako tým bod. Hra je omezena na 20 minut s možností získat až 20 bodů. Po této soutěži následují úkoly, které děti opět plní v týmech, tentokrát v lese. Jedním z jejich úkolů je nasbírat co nejvíce větviček, listů a šišek, ze kterých následně vytvoří na parkovišti logo týmu, který si v pondělí vymyslely.

Následuje oběd a odpočinek. Děti mají možnost nakreslit si svůj vlastní hrníček. Jejich úkolem je si ho ozdobit a také podepsat (pokud to nezvládnou samy, dobrovolníci jim pomohou), aby se dalo rozeznat čím je jaký hrníček a odpoledne si ho odnesou domů.

Odpolední program je ve znamení basketbalu. Cílem všech je, aby se děti seznámily s basketbalem, a tak jim je předvedena názorná ukázka, jak se basketbal hraje, ukáže se jim, kolik kroků může basketbalista udělat, jak se dribluje.

Následuje mini turnaj, při kterém se postaví týmy proti sobě a nasbírají body stejným způsobem jako při fotbale. Po programu následuje kvíz na interaktivní tabuli ve vnitřních prostorách areálu. Děti budou psát své odpovědi na záznamový arch. Otázek bude celkem 20. Z každé oblasti sportu, přírody, zvířat a pohádek bude pět otázek. Vedoucí otázky vyhodnotí a body přičtou týmům do závěrečného bodování.

Po programu následuje svačina. Program úterního dne končí v 16 hodin. Rodičům je připomenuto, že mají na další den přibalit také plavky, ručník a nejlépe gumové nazouváky. Od té doby jsou děti předávány do rukou zákonných zástupců.

Středa

Při příchodu je dětem oznámen program, který je čeká, s tím, že odpoledne mají očekávat překvapení ve formě vodního dobrodružství.

Celé dopoledne je ve znamení fotbalu. Tedy převážně pro kluky a některé dívky, které si chtějí taky zahrát fotbal. Pro ostatní děvčata je přichystaný program ve formě překážek a slalomu. Opičí dráha, za kterou dostanou odměnu všichni, kteří se dostanou do cíle. Ti, kteří hrají fotbal, dostanou odměnu za každý gól, který se jim podaří vstřelit do sítě. Po tomto programu následuje vybíjená malým rehabilitačním míčem, všichni proti všem na hřišti. Z důvodu velkého počtu dětí, a především věkovému rozmezí, který mezi dětmi je, je nutné, aby byly rozděleny do dvou skupin. Nejprve přijde na řadu mladší polovina, poté následuje starší.

Ve 12 hodin je připraven oběd a děti se tak přemísťují do restaurace. Po obědě následuje pauza, proto mají za úkol nakreslit obrázek, vyrobit přáníčko z papíru nebo cokoli, co by se jim líbilo. Navíc byla v přihlášce pobídka na donesení vlastního bílého trička, které mají děti možnost ve středu v dílně namalovat. „Fantazii se meze nekladou“.

Odpoledne na děti čeká překvapení v podobě vodního dobrodružství. Děti se samozřejmě musí převléct do plavek a nejlépe do nazouváků. Organizátoři pak stříkají pomocí vodních pistolí a hadic na děti vodu. Ty se mohou libovolně nechat smáčet vodou a stříkat na ostatní kamarády. Tato aktivita se koná pouze v případě teplého a slunečného počasí. V případě nepříznivého počasí budou mít děti aktivity v klubovně, kde je mnoho společenských her.

Po tom, co se děti převlečou zpátky do oblečení, je připravena týmová výzva při dobrodružství v lese. Plní tam různé úkoly, kvízy, prolézají pavučinou, poznávají hmyz apod.

Při návratu do areálu na ně čeká svačina a volný program s hlídáním na sportovištích, skákacím hradě nebo třeba trampolínách. Při vyzvedávání jsou rodiče požádáni, zda by si ve čtvrtek mohli své děti vyzvednout později z důvodu plánovaného výletu.

Čtvrtek

Čtvrtek je dnem, který nemá stejný scénář jako ostatní dny. Jelikož jde o příměstský tábor, děti na táboře nespí. Je však možnost, aby účastníci jednu noc na táboře zůstali přes noc. Přespání je dobrovolné a je jen na rodičích, zda to svým ratolestem dovolí. Pokud bude krásné počasí, půjde o venkovní spaní v teepee.

Hned na začátku dne jsou tedy požádáni rodiče, aby se vyjádřili, zda své dítě (dítě) nechají na táboře přes noc, nebo si pro něj odpoledne přijedou. Pokud dítě bude spát v areálu, je nutné mít s sebou spacák a karimatku, tedy věci, které byly již v přihlášce. Pokud však dítě pojede domů, je posunutý čas vyzvedávání dětí na 18:30 z důvodu výletu do Planetária Ostrava.

Ráno se děti po seznámení s programem dne rozdělí do skupin a hned je čeká týmová výzva. Jde o bojovou hru v přírodě pod názvem „Hra na detektivy“. Před zahájením je dětem vysvětlen příběh a pravidla hry. Zjistí, že byl před několika dny spáchán zločin a je na nich, aby policii pomohli. Naštěstí je několik svědků, kteří pachatele viděli a donesli výpovědi o vzhledu pachatele na policejní stanici. Jelikož však začalo pořádně foukat, výpovědi se rozletěly do okolí. Jde tak o to, aby každý tým obětoval jednoho člena, nechal ho pod kopcem a co nejvíc ho nastrojil podle výpovědí, které ostatní členové sesbírají po okolí. Je na nich nakresleno nebo napsáno, jak pachatel vypadal, co měl v ruce, na noze, hlavě a podobně. Na lístečcích je ukázáno například, že pachatel měl bílé tričko, šátek přes oči, rozčuchané vlasy, hodinky na pravé ruce, v levé ruce hrst žaludů a podobně. Bojovka končí po uplynutí času. Vítěz této hry získává 10 bodů, druhý tým 8 bodů, třetí tým 6 bodů, čtvrtý 4 body a poslední tým, kterému se ne úplně povedlo splnit úkol 2 body. Čtvrteční dopoledne končí možností zahrát si badminton. Případně ti, kteří nechtějí, skáčou pod dozorem vedoucích na trampolínách.

Následuje oběd spojený s odpolední pauzou, při které si děti nakreslí tričko, které si donesli z domu. Barvy na trička jsou nachystané v kreativní dílně. Pro ty, kteří nemají nápad, co nakreslit, jsou k dispozici různé šablony a vzory.

Po kreativní dílně se děti přemísťují ven, aby si zahrály kolektivní hry, ve kterých se utkají dva týmy proti sobě. Děti jsou rozděleny tentokrát pouze do 4 skupin. Jde o hru „Želvičky“. Je vytvořeno čtvercové pole, u kterého na jedné straně bude startovat tým želviček a na druhé straně družstvo, které bude bránit želvám dostat se do moře (tedy na druhou stranu čtverce). Na začátku hry budou oba týmy stát k sobě zády a až na pokyn vedoucího se otočí. Želvičky se pohybují po čtyřech, břichem nahoru a snaží se dostat na druhou stranu. Členové druhého týmu se jim v tom snaží zabránit a tahají želvy za nohy, aby se nepřemístily na druhou stranu pole, tedy do moře. Hra je omezená časově. Po skončení se týmy vymění. Odměnu vyhrává ten tým, který dojde více želvami do cíle.

Po hře, ve 13:30, následuje dřívější svačinka a odchod do nedalekého Planetária Ostrava na prohlídku a komentovanou přednášku i s filmem. Návrat zpátky do areálu je plánovaný přibližně mezi 18:00 a 18:30. V tuto dobu si přijíždí rodiče pro děti, které nepřespí v areálu. Ostatní čeká promítání pohádky, večere a stezka odvahy a případná večerní svačinka v podobě ovoce. Večerka je naplánovaná na 21:00.

Pátek

Pátek – poslední den na táboře. Děti, které spaly v areálu se probouzí mezi 7. a 8. hodinou. V tu dobu také přijíždí děti, co spaly doma.

Při seznámení s programem děti zjistí, že sport, který si vyzkouší v dopoledním programu je mini házená. Je to sport, který většina z nich nikdy nehrála, možná ani neviděla v televizi. Proto přichází na řadu ukázka, jak se tento sport hraje, s jakým míčem a vysvětlí se základní pravidla. Samozřejmě pro potřeby příměstského tábora jsou pravidla, oproti těm profesionálním, upravena. Po házené jsou na řadě opět týmové výzvy ve formě her „Králi, králi, dej vojáčka“, kdy se postaví vždy dva týmy do řady vedle sebe a chytanou se pevně za ruce. Začne jedno družstvo a křičí „Králi, králi dej vojáčka“ „Jakého?“ „Žlutého“ „A kdo jim má být?“ „Jana“. Jana se v tu chvíli rozběhne ke druhému týmu mezi jednu dvojici a snaží se je roztrhnout, pokud se ji to podaří, vezme si jednoho člena z té dvojice k sobě do týmu, pokud ne, zůstává u soupeřů. Hra trvá přibližně 30 minut. Další hrou je výzva, u které tým prolézá pavučinou. Musí se pokusit všechny své členy přemístit na druhou stranu pavučiny, která je vyrobená z různě propojených lan tak, aniž by se dotkli kteréhokoliv z nich. Další hry jsou na postřeh, rychlost a odvalu.

Po obědě se děti dostaví k informační tabuli ve vestibulu, na které jsou zaznamenány veškeré bodové hodnocení každého týmu a zjistí tak, kolik indicií budou mít k dispozici při závěrečné soutěži „Hledání pokladu“. Podle počtu nasbíraných bodů dostane skupina tolik indicií, kolik si během týdne vysoutěžili. Za 10 bodů, které děti získali, obdrží jednu nápovědu. Například, tým, který má 43 bodů, dostane 4 nápovědy, jako jsou „ležím 5 metrů od lípy, nehledej mě na zemi, jsem asi 100 kroků od vchodu do budovy, jsem zbarvená do barvy listí apod“. Aby byla výhra spravedlivá, každý tým má schovanou svoji tašku odměn v pokladu, tak, aby byli odměněni všichni. Sáčky jsou označené názvy týmů. V každé tašce objeví tým spoustu omalovánek, bloků, magnetek, gum, medailí, ale také sladké odměny ve formě lízátek, čokolád, bonbonů a jiné. Tým, který však poklad objeví, získá navíc drobnou sladkou odměnu a památku na tábor ve formě sportovního vaku. Jednou z posledních aktivit, kterou děti zažijí na táboře je malování na obličeje, o které se postarají dobrovolníci a společná fotka, která je následně zveřejněna na stránkách tábora a poslána rodičům do e-mailů.

Následuje poslední svačinka na táboře a postupný odjezd a předávání dětí rodičům. Na úplný závěr dostanou památku ve formě účastnického diplomu, klíčenky a samozřejmě jim zůstává jejich vlastnoručně namalované tričko a hrníček. Na úplný závěr dostanou děti slevový kupon na tábor konaný v příštím roce v hodnotě 200 Kč.

4.2 SWOT analýza

	Silné stránky	Slabé stránky
Vnitřní prostředí	<ul style="list-style-type: none"> • kvalitní personál • poloha tábora • stravování v areálu • dopravní spojení + parkoviště • materiální zázemí • množství atrakcí k využití 	<ul style="list-style-type: none"> • vyšší cena oproti konkurenci • nový tábor • bez finanční podpory • pouze jeden turnus • nízká kapacita
	Příležitosti	Hrozby
Vnější prostředí	<ul style="list-style-type: none"> • zájem rodičů o spolupráci • využití finančních prostředků z dotací v dalších letech • rozšíření sportovních aktivit • možnost dovozu dětí domů jedním z organizátorů • krach konkurence • nové pracovní příležitosti • rozšíření množství turnusů • zvýšení marketingové strategie (prezentace ve školách) 	<ul style="list-style-type: none"> • nově vzniklé tábory • slabá informovanost (jiné tábory mají lepší propagaci, historii) • nezájem ze strany zákazníků • počasí • ukončení spolupráce s areálem • zvýšení nákladů na pronájem

Slabé stránky

Za nejslabší stránku tábora lze považovat to, že tábor teprve začíná, je to první sezóna organizování této akce. Lidé se tak teprve dozvídají o nové příležitosti, kam děti přihlásit. Jako slabina se dá považovat také nízká kapacita dětí se kterou souvisí také možnost přihlášení na jeden jediný turnus. Při velkém zájmu je kapacita padesáti dětí málo a není ani možné nahlásit je na další turnusy. Nezbyvá tak rodičům nic jiného než přihlásit děti jinam.

Silné stránky

Naopak obrovskou výhodou tábora je příjemný a mladý personál, který má bohaté zkušenosti s organizováním sportovních akcí a vedením dětí. Pokud jsou vedoucí naučeni mít pořádek a řád na táboře, je to jedním z hlavních úspěchů úspěšného tábora. Výhodou je také fakt, že tábor leží v klidné části poblíž města Ostravy a rodiče tak nemusí děti dovážet daleko a v případě, že nemají řidičský průkaz, je velká výhoda doprava veřejnou dopravou. Množství atrakcí, které se dají využít lze také zařadit mezi výhody, tedy silné stránky.

Příležitosti

Jednou z variant, jak tábor obohatit v příštích letech je přidání sportovních aktivit a atrakcí. K tomu ale patří také získání možných dotací z kraje nebo města, které by tábor po požádání od MS kraje nebo jiných možných zdrojů mohl tábor získat. Při úspěšném uspořádání a velký zájem se může jako příležitost považovat také rozšíření množství turnusů během letních prázdnin.

Hrozby

V dnešní době, kdy se dá říct, že se s příchodem nových příměstských táborů všeho druhu rozsypal pytel zvedá se konkurence v tom, kdo nabídne lepší program, nižší cenu a také celkové zázemí. S tím souvisí také propagace, jak se ukáží organizátoři veřejnosti, jaké způsoby marketingové strategie zvolí a na jaký segment zákazníků budou cílit, zda budou propagaci orientovat na děti či rodiče.

5 Shrnutí, doporučení, náměty

Shrnutí

Příměstský tábor, jak sám název napovídá se bude konat v okolí města Ostravy, v období od 8. do 12. 7. 2019, v areálu Skalka family park. Důvod výběru je prostý. Skalka family park disponuje dostatečně velkými prostory a rozmanitou přírodou, kde se dá hrát spousta her. Nabízí možnosti stravování a nachází se v klidné lokalitě daleko od silničního provozu. Tábor je určen dětem od 6 do 12 let a je zaměřen na všechny druhy sportu. Děti se tak seznámí se sporty, které vidí pouze v televizi, jako je například házená nebo si vyzkouší badminton. Stravování včetně pitného režimu mají účastníci zajištěno v restauraci v areálu. Ráno dostanou svačinku, poté oběd a odpolední svačinu. Pitný režim je k dispozici po celý den.

Celý tábor má kapacitu 50 dětí. Cena za jedno dítě je 2 600 Kč, v případě přihlášení sourozenců je cena 2 200 Kč za druhé dítě. Z tabulky, která je vypracována v praktické části, vyplývá, že pokud se kapacita naplní, bude při odečtu příjmů a výdajů celkový zisk z tohoto turnusu 5 520 Kč. Pokud by se však přihlásilo málo dětí, například o 5 méně, byl by rozpočet tábora ve ztrátě. Celkově na počet padesáti dětí, je potřeba 5 organizátorů a 3 dobrovolníci, kteří budou po celou dobu tábora pomáhat vedoucímu týmu.

Ve čtvrtek mají možnost děti přespát v areálu tábora, kde při příznivém počasí budou spát venku v teepee, pokud však počasí nebude vhodné na spaní venku, je k dispozici klubovna.

Návrhy a doporučení

Jedním z možných doporučení je rozšíření tábora o více turnusů s větším počtem sportovních aktivit, jako jsou například kriket, pétanque nebo přehazovaná. Dalším doporučením je přijít s lepší propagací ve formě prezentace ve školách nebo se snížením ceny, s čímž souvisí získání sponzora, pokud chce i nadále tábor vykazovat zisk. V případě, že by se to nepovedlo, se zvyšováním nákladů, stravného a vstupného by organizátoři byli nuceni cenu naopak zvednout. Z pohledu rodičů však s vyšší cenou, očekávají větší pestrost programu tábora, a to z pohledu možnosti vybrat si výlet nebo například výběr oběda ze dvou jídel.

Další možností je také rozšířit kapacitu tábora na 80 dětí. S tím však souvisí také vyšší náklady a nutnost mít o dva vedoucí víc.

Jedním z návrhů je propojit více skupin a hrát takové hry, aby při celotáborové hře měly děti větší možnost získat body za soutěže. Jednou z možností je vymyslet jinou táborovou hru, popřípadě ji nedělat vůbec a dávat dětem odměny pouze za každodenní úkoly.

Výhodou pro další ročníky konání tábora by bylo zajistit reklamu na oficiálním webu Skalka family park (www.skalkaostrava.com).

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo připravit a zorganizovat dětský příměstský tábor konaný v červenci 2019, v areálu Skalka family park. Turnus je pouze jeden a je zaměřen na různé druhy sportů.

V teoretické části byly vymezeny základní pojmy související s tímto tématem práce, kterými jsou například: marketing, management, sport a volný čas apod. Veškeré informace byly použity z knih uvedených v seznamu literatury. V praktické části byly popsány základní informace o táboře, potřebné dokumenty, nastíněná finanční analýza tábora a uveden samotný program akce. Jedním z pomocných zdrojů bylo dotazníkové šetření, které bylo rozesláno rodičům. Z tohoto šetření bylo zjištěno:

- kolik jsou rodiče ochotni za příměstský tábor zaplatit,
- zda si zjišťují kvalifikaci vedoucích,
- podle čeho tábor vybírají,
- zda by přivítali sourozeneckou slevu aj.

Na závěr praktické části bylo nutné zjistit slabé a silné stránky, hrozby a příležitosti pomocí SWOT analýzy.

Pro mě osobně byla tvorba bakalářské práce obrovskou zkušeností také z důvodu, že jsem si uvědomila, co všechno je potřeba pro správnou organizaci příměstského tábora. Poprvé jsem si tak vyzkoušela stát na straně hlavního organizátora, který řeší nejen program a samotnou práci s dětmi, ale také místo, kde se bude tábor konat (včetně potřebných dokumentů), kde se budou děti stravovat (za jakou cenu), kde se dají sehnat zkušení vedoucí týmů nebo například, zda po zaplacení všech nákladů budu jako organizátor vykazovat zisk či ztrátu. Mohla jsem tak nahlédnout do interních dat a udělat si tak představu, jak náročné je něco takového, jako je příměstský tábor, zorganizovat.

Je možné, že samotná bakalářská práce poslouží jiným organizátorům táborů jako určitý vzor pro tvorbu jejich tábora. Možná použijí některou z her, popřípadě se inspirojí časovým harmonogramem dne.

Seznam použité literatury

BLAŽEK, Ladislav. *Management: organizování, rozhodování, ovlivňování*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. Expert. ISBN 978-80-247-4429-2.

ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80- 7376-150-9.

DURDOVÁ, Irena. *Ekonomické aspekty sportovního managementu*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2012. ISBN 978-80-248-2529-8.

DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2011. ISBN 978-80-248-2439-0.

DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.

DURDOVÁ, Irena. *Sportovní management*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2002. ISBN 80-248-0130-2.

DURDOVÁ, Irena. *Vybrané kapitoly ze sociologie tělesné kultury*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 1999. ISBN 80-7078-691-4.

FOLWARCZNÁ, Ivana. *Rozvoj a vzdělávání manažerů*. Praha: Grada Publishing, 2010. Manažer. Management. ISBN 978-80-247-3067-7.

GIBSON, James L., John M. IVANCEVICH a James H. DONNELLY. *Management*. Přeložil Václav DOLANSKÝ, přeložil Josef KOUBEK. Praha: Grada, 1997. ISBN 80-7169-422-3.

HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-473-1.

HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.

HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.

HORVÁTHOVÁ, Petra. *Základy managementu*. 2. vydání. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2017. ISBN 978-80-248-4102-1.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6.

KUNZ, Vilém. *Sportovní marketing: CSR a sponzoring*. Praha: Grada Publishing, 2018. Expert. ISBN 978-80-271-0560-1.

MLÁDKOVÁ, Ludmila a Petr JEDINÁK. *Management*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. ISBN 978-80-7380-230-1.

NOVÁ, Jana, Jiří NOVOTNÝ, Oldřich RACEK, Jaroslav REKTOŘÍK, Aleš SEKOT, Milena STRACHOVÁ a Hana VÁLKOVÁ. *Management, marketing a ekonomika sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2016. ISBN 978-80-210-8346-2.

NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu: vybrané kapitoly III*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1713-1.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-711-6.

PETER F. DRUCKER. *Management. An abridged and rev. Version of Management : tasks, responsibilities, practices*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999. ISBN 978-075-0643-894.

ŠPIŘÍKOVÁ, Ivana a Jan KAČER. *Příměstský tábor*. 1. vydání. Brno: Mravenec, 2007. ISBN 978-80-86994-39-0.

VEBER, J. a kol. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.

Internetové zdroje

Ceník - areál pro děti a restaurace Skalka family park Ostrava. *Skalka - Skalka family park* [online]. SKALKA FAMILY PARK. [11.4.2019]. Dostupné z: <http://www.skalkaostrava.com/cenik/>

Inline kemp — Swanky. *Příměstské tábory Ostrava — Swanky* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <https://www.swanky.cz/kempy/inline>

Mámin koutek: ZAJÍMAVÁ MÍSTA: *Skalka family park (Ostrava). Mámin koutek* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <http://www.maminkoutek.cz/2019/01/zajimava-mista-skalka-family-park.html>

Příměstský tábor - Big Jumbo. *Příměstský tábor - Big Jumbo* [online]. [16.4.2019] Dostupné z: <http://taborvzoo.cz/index.htm>

Příměstské tábory. *Sportovní areál pro celou rodinu* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <http://www.riderasport.cz/index.php/primestske-tabory>

Příměstské tábory Ostrava - Prázdniny v Ostravě 2019. *Příměstské tábory Ostrava - Prázdniny v Ostravě 2019* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <http://www.prazdninyvostrave.cz/informace>

Příměstské tábory v DOV | *DOLNÍ VÍTKOVICE* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <https://eshop.dolnivitkovice.cz/cs/primestske-tabory-v-dov>

Skalka family park Ostrava. *Skalka - Skalka family park* [online]. SKALKA FAMILY PARK. [11.4.2019]. Dostupné z: <http://www.skalkaostrava.com>

Středisko volného času, Ostrava - Moravská Ostrava: *Příměstské tábory* [online]. [16.4.2019]. Dostupné z: <http://www.svcoo.cz/primestske-tabory>

Seznam zkratek

EU	Evropská Unie
MS	Moravskoslezský
OH	Olympijské hry
ZOO	Zoologická zahrada

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, (bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 10. 5. 2019

Barbora Hončíková
jméno a příjmení studenta

Seznam grafů

Graf 3.1 Kritéria výběru příměstského tábora pro děti.....	26
Graf 3.2 Druh sportovního tábora.....	29
Graf 3.3 Nástup dětí.....	29
Graf 3.4 Čas vyzvedávání dětí.....	30
Graf 3.5 Přespání v areálu tábora.....	32
Graf 3.6 Kvalifikace vedení tábora.....	33
Graf 3.7 Cena tábora.....	40
Graf 3.8 Způsoby platby.....	42
Graf 3.9 Průzkum ohledně stravování.....	44

Seznam tabulek

Tab 3.1 Náklady na tábor pro 50 dětí.....	38
Tab 3.2 Výnosy tábora při padesáti dětech.....	38
Tab 3.3 Výpočet zisku/ztráty při rozdílném počtu účastníků	39
Tab 3.4 Analýza příměstských táborů v Ostravě.....	41

Seznam obázků

Obrázek 3.1 Areál Skalka family park	27
Obrázek 3.2 Hlavní budova + restaurace.....	28

Seznam příloh

Příloha č.1 Tři úrovně managementu

Příloha č.2 Manažerské role podle H. Mintzberga

Příloha č.3 Dotazníkové šetření

Příloha č.4 Souhlas se zpracováním a zveřejněním údajů (Skalka family park)

Přílohy

Příloha č.1 Tři úrovně managementu

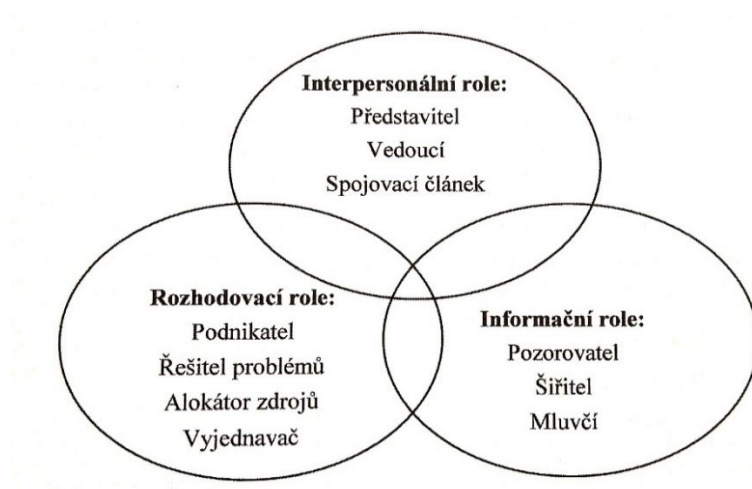
Obrázek 2.1 Tři úrovně managementu



Zdroj: (Mládková, 2009)

Příloha č.2 Manažerské role podle h. Mintzberga

Obrázek 2.2 Manažerské role podle H. Mintzberga



Zdroj: (Donnely a kol., 1997)

Příloha č.3 Dotazníkové šetření

1. Kolik máte dětí?
2. Podle jakých kritérií vybíráte dětem příměstský tábor?
3. Jaký druh příměstského tábora by Vás pro Vaše dítě nejvíce zaujal?
4. Pro jakou věkovou kategorii příměstské tábory hledáte?
5. Kolik jste ochotni utratit a dětský příměstský tábor? (délka 5 dní, stravování 3x denně, program po celou dobu, 1x výlet, možnost jednoho přespání)
6. Přivítali byste sourozeneckou slevu?
7. V jaké výši by sleva měla být?
8. Z jakého důvodu nemáte o slevu zájem?
9. V rámci ceny příměstského tábora očekáváte stravování:
10. Byli byste ochotni připlatit si za stravu s ohledem na zdravotní stav dítěte? (např. bezlepková strava)
11. Zjišťujete si předem kvalifikaci dobrovolníků, instruktorů a vedení tábora?
12. V kolik hodin by Vám vyhovoval nástup dětí?
13. V kolik hodin by Vám vyhovovalo si dítě/děti vyzvedávat?
14. Do jaké vzdálenosti jste ochoten/ochotna dítě vozit?
15. Dali byste souhlas se zveřejňováním fotek v rámci turnusu na webových stránkách tábora?
16. Co si myslíte, že by Vám nebo Vašemu dítěti bránilo přespát jednu noc v areálu konání tábora? Důvod popište.
17. Přivítali byste jednu noc s přespáním pro děti v areálu tábora?
18. Jakým způsobem platíte tábor nejčastěji?
19. Jste muž nebo žena?

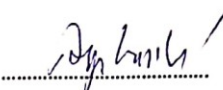
Příloha č.4 Souhlas se zpracováním a zveřejněním údajů (Skalka family park)

Souhlas se zpracováním údajů a zveřejněním v bakalářské práci

Souhlasím se zpracováním informací a poskytnutí fotografií areálu Skalka family park s.r.o., se sídlem na ulici 28.října 2092/216, Ostrava 709 00 a zveřejňováním informací v bakalářské práci Zuzany Slončíkové, studentky Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava.

Bakalářská práce bude před zveřejněním poskytnuta vedení areálu a následně odsouhlasena.

4. dubna 2019



Magdaléna Bystroňová
obchodní manažerka